

**AROMAS CON SENTIDO: ANÁLISIS DEL IMPACTO DE UNA ESTRATEGIA DE
MARKETING OLFATIVO APLICADA A LOS CONSUMIDORES DE UNA
TIENDA DE ACCESORIOS ARTESANALES**

MARIA DEL MAR RUBIO CÓRDOBA

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI
2014**

**AROMAS CON SENTIDO: ANÁLISIS DEL IMPACTO DE UNA ESTRATEGIA DE
MARKETING OLFATIVO APLICADA A LOS CONSUMIDORES DE UNA
TIENDA DE ACCESORIOS ARTESANALES**

MARIA DEL MAR RUBIO CÓRDOBA

**Proyecto de grado para optar por el título de
PROFESIONAL EN MERCADO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI
2014**

NOTA DE ACEPTACIÓN

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar por el título de Profesiones en Mercadeo y Negocios Internacionales.

ALFREDO BELTRAN

Jurado

CARMEN ELISA LERMA

Jurado

Santiago de Cali, 15 de Enero de 2014

CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	10
INTRODUCCIÓN	14
1. ANTECEDENTES	16
2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	25
2.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA	25
2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	27
2.3 SISTEMATISACIÓN DEL PROBLEMA	27
4. JUSTIFICACIÓN	28
3. OBJETIVOS	28
3.1 OBJETIVO GENERAL	28
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	28
5. MARCO DE REFERENCIA	32
5.1 MARCO TEORICO	32
5.1.1 NEUROMARKETING	32
5.1.3 MARKETING OLFATIVO	46
5.1.3.1 MARKETING OLFATIVO: BENEFICIOS	50
5.1.3.2 TIPO DE AROMAS	52
5.1.3.3 LOS AROMAS Y SUS EFECTOS EN LAS PERSONAS	52
5.1.4 PROCESO DE COGNICIÓN	54
5.1.5 LA MEMORIA Y EL OLFATO	56
5.1.5.1 FASES DE LA MEMORIA	59

5.1.6 EL OLVIDO	61
5.1.7 ANATOMÍA DEL SISTEMA OLFATORIO	62
5.1.9 TOMA DE DECISIONES	68
5.2 MARCO CONCEPTUAL	71
5.2.1 AROMARKETING	71
5.2.2 NEUROMARKETING	71
5.2.3 NEUROCOMUNICACIÓN	71
5.2.4 MARKETING OLFATIVO	71
5.2.5 PERCEPCIÓN METACONSCIENTE	72
5.2.6 PERCEPCIÓN CONSCIENTE	72
5.2.7 SEROTONINA	72
5.2.8 ODOTIPOS	73
5.2.12 SISTEMA DE MEMORIA EMOCIONAL	73
5.3 MARCO CONTEXTUAL	74
5.3.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	¡Error! Marcador no definido.
5.3.2 UBICACIÓN DIANA ALOS	76
5.3.3 MERCADO OBJETIVO	76
 6. METODOLOGÍA	 78
6.1 TIPO DE ESTUDIO	78
6.1.1 FASE 1, ESTUDIO TIPO DESCRIPTIVO – EXPLORATORIO	78
6.1.2 FASE 2, ESTUDIO TIPO EXPERIMENTAL. I. CUASI-EXPERIMENTO	81
 7. AROMAS CON SENTIDO	 75
7.1 GRUPOS FOCALES Y RESULTADOS ESTADÍSTICOS	75
7.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS ENCUESTAS CUASI-EXPERIMENTO	
AROMAS CON SENTIDO	81
7.2.1 AROMA AGRADABLE (AA)	82
7.2.2 ETAPA AROMA DESAGRADABLE #2: AROMA A SÁNDALO (AD)	89
7.2.3 ETAPA #3. SIN AROMA (SA)	¡Error! Marcador no definido.
7.3 IMPACTO EN VENTAS AL APLICAR UNA ESTRATEGIA DE MARKETING	
SENSORIAL OLFATIVO EN UNA TIENDA DE ACCESORIOS ARTESANALES	103
 8. CRONOGRAMA	 105

9. CONCLUSIONES	106
10. RECOMENDACIONES	108
BIBLIOGRAFÍA	109
ANEXOS	115

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Ejemplo: Imagen de una neuroimagen	18
Figura 2. Fundamentación del olfato	63
Figura 3. Ubicación diana a los sandalias artesanales	76
Figura 4. Fórmula para calcular la muestra de un estudio	83
Figura 5. Remplazo de variables reales en la fórmula de la muestra	83
Figura 6. Tamaño de muestra	83
Figura 7. Gráfico aroma con más preferencia	75
Figura 8. Gráfico aroma con más aversión	76
Figura 9. Gráfico aspectos de interés que tienen en cuenta las entrevistadas a la hora de entrar a una tienda	77
Figura 10. Gráfico tiendas que han creado preferencia en las entrevistadas por su aroma	77
Figura 11. Gráfico cualidades emocionales de los individuos según el olor percibido	78
Figura 12. Gráfico asociación aromas con imágenes	79
Figura 13. Gráfico impresión recogida cuando perciben un aroma desagradable	80
Figura 14. Gráfico frases que las encuestadas utilizaron para describir el olor a vainilla percibido en la tienda	82
Figura 15. Gráfico grado de importancia que tiene para las entrevistadas los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda	83
Figura 16. Gráfico sensaciones con las cuales las encuestadas asemejan el aroma a vainilla en la tienda.	84
Figura 17. Gráfico relación de cada aroma con una	

atmósfera según las encuestadas	85
Figura 18. Gráfico factores que motivaron a entrar a las encuestadas en la tienda AA	86
Figura 19. Gráfico el aroma percibido en la tienda según las entrevistadas	86
Figura 20. Gráfico recuerdos que surgieron en las entrevistadas al percibir el aroma a vainilla	87
Figura 21. Gráfico frases que las encuestadas utilizaron para describir el olor a sándalo percibido en la tienda	89
Figura 22. Gráfico grado de importancia que tienen los siguientes aspectos para las entrevistadas en el momento de ingresar a una tienda	90
Figura 23. Gráfico sensaciones con las cuales las encuestadas asemejan el aroma a sándalo percibido en la tienda	91
Figura 24. Gráfico relación de cada aroma con una atmósfera según las encuestadas AD	92
Figura 25. Gráfico factores que motivaron a las encuestadas entrar en la tienda	93
Figura 26. Gráfico el aroma percibido en la tienda según las entrevistadas AD	94
Figura 27. Gráfico recuerdos que surgieron en las entrevistadas al percibir el aroma a sándalo	95
Figura 28. Gráfico frases que las encuestadas utilizaron para describir el aroma de la tienda en la fase SA	96
Figura 29. Gráfico grado de importancia que tienen para las entrevistadas los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda	97
Figura 30. Gráfico sensaciones con las cuales las encuestadas asemejaron el aroma en la fase SA	98
Figura 31. Gráfico relación de cada aroma con una atmósfera según las encuestadas en la etapa SA	99
Figura 32. Gráfico factores que motivaron a entrar a las encuestadas en	

la tienda en la fase SA	100
Figura 33. Gráfico el aroma percibido en la tienda según las entrevistadas	101
Figura 34. Gráfico recuerdos que surgieron en las entrevistadas al percibir el aroma en la etapa SA	102

LISTA DE CUADROS

Pág.1

Cuadro 1. Beneficios de aplicar estrategias de marketing laboral en el punto de venta	51
Cuadro 2. Beneficios de aplicar estrategias de marketing olfativo en el entorno laboral	51
Cuadro 3. Aromas y su significado	53
Cuadro 4. Lista de aromas para el focus group	80
Cuadro 5. Aciertos con canciones	80
Cuadro 6. Acierto con aromas	81
Cuadro 7. Sentimientos que según las encuestadas experimentaron al entrar al almacén	85
Cuadro 8. Gráfico características que describen los productos que ofrece la tienda según las encuestadas	88
Cuadro 9. Gráfico elementos que describen la atención al cliente prestada en la tienda	88
Cuadro 10. Sentimientos que según las encuestadas experimentaron al entrar al almacén AD	93
Cuadro 11. Características que describen los productos que ofrece la tienda según las encuestadas AD	95
Cuadro 12. Elementos que describen la atención al cliente prestada en la tienda, según las encuestadas	96
Cuadro 13. Sentimientos que según las encuestadas experimentaron al entrar al almacén	100
Cuadro 14. Características que describen los productos que ofrece la tienda en la etapa SA según las encuestadas	102

Cuadro 15. Elementos que describen la atención al cliente prestada en la tienda, según las encuestadas en la etapa SA **103**

Cuadro 16. Ventas cuasi-experimento **103**

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A: Resumen estado de arte	115
Anexo B: Constructos grupos focales Aromas con Sentido	118
Anexo C: Técnicas proyectivas aplicadas en los grupos focales	120
Anexo D: Estructura de la encuesta en el CuasiExperimento	123

RESUMEN

Ya no es suficiente analizar lo que dicen los clientes u observar cómo se comportan frente a la compra y consumo de productos o servicios para identificar lo que el consumidor desea y satisfacer su necesidad, en el marketing actual es necesario estudiar el cerebro y sus propiedades atractivas. El uso de los sentidos (tacto, visión, gusto, olfato y escucha) es esencial para crear experiencias perdurables e inolvidables en los clientes, generando que el principal ente que sostiene la compañía exteriorice sus emociones y sensaciones, permitiendo efectivizar el posicionamiento de la organización.

El marketing olfativo se basa en una ciencia moderna, derivada del marketing sensorial y del neuromarketing, que utiliza aromas específicos con el fin de influir en los comportamientos del consumidor y aumentar los beneficios empresariales. Ofrecer experiencias inolvidables a los clientes, conduce necesariamente a una mayor fidelización de marca. El truco es pensar en lo que el consumidor desea, indagando sus gustos, percepciones y estímulos a través de los sentidos, logrando constituir una atmósfera exclusiva que logre un top of heart en el consumidor.

Al aplicar estrategias de marketing de la experiencia, las empresas piensan en sus clientes, motivándolas a trabajar permanentemente en la creación de ambientes únicos y especiales, con el propósito de ofrecer experiencias inolvidables.

PALABRAS CLAVES

Neuromarketing, Marketing Sensorial, Aromarketing, Marketing Olfativo, Sentimientos, Experiencias, Reacciones, Sensaciones Olfativas, Reacciones Instintivas, Preferencia de aromas, Percepción, Memoria, Emociones, Sentimientos, Comportamiento, Ventas.

INTRODUCCIÓN

El Marketing Sensorial se define como “marketing que involucra los sentidos de los consumidores y afecta su percepción, el juicio y la conducta sobre algún producto o servicio”¹ convirtiéndose en una herramienta importante de venta, dando lugar a que el consumidor contemple diversas experiencias que lo motiven y estimulen a la decisión de compra, conectando al cliente con la marca y empresa.

De esta manera las marcas que utilicen estrategias de Marketing Sensorial para atraer al cliente, lo convierte en individuos racionales y emocionales, los cuales basan sus decisiones en estímulos sensoriales e inconscientemente desean verse estimulados y provocados de un modo creativo, saliéndose de los estándares y ganando finalmente un nivel de posicionamiento en la mente de cada uno de estos.

El marketing sensorial puede ser usado para crear disparadores subconscientes que caracterizan la percepción de los consumidores de las nociones abstractas del producto, influyendo en sus sentimientos, pensamientos, acciones y relaciones.

En la actualidad las marcas y empresas son conscientes de que se ven favorecidas cuando entregan al cliente publicidad, precio o una adecuada presentación del producto, pero se les hace necesario encontrar nuevas fórmulas que permitan una mayor diferenciación y conseguir la fidelidad del consumidor, más aún cuando estas marcas tienen espacios en los cuales interactúan directamente con sus clientes, como tiendas y establecimientos de venta de sus productos o servicios.

Para las marcas que manejan establecimientos en los cuales tiene contacto directo con el cliente, es de suma importancia crear una atmósfera por medio de estímulos sensoriales que apelen a los sentidos del consumidor logrando influir en su comportamiento de compra por medio de sensaciones y a su vez dotándole de un tipo de entorno específico el cual demanda.

¹ LINDSTROM, Martin. BRANDSENSE. New York. 2005. Capítulo 1: A Cottage Industry Turns Professional. Brand Sense, 2008, Martin Lindstrom. Cap. 8 p.164 [consultado 11 de Noviembre de 2012].

Por este motivo la práctica del marketing va más allá de las elementales variables tales como publicidad, precio, comercialización y distribución del producto, las experiencias de compras que viven los consumidores son de gran importancia y sumamente influyentes en el momento que el cliente toma la decisión de compra, dejando la marca registrada en el mayor número de sentidos posibles en el consumidor.

Y ¿Cómo hacer lo anterior posible?; Empleando estrategias de Marketing Sensorial, el Marketing Sensorial ofrece la oportunidad a las marcas de crear experiencias inolvidables para sus clientes, logrando incrementar las ventas y el posicionamiento de éstas.

1. ANTECEDENTES

Los profesionales del marketing de la experiencia crean sinergias. Además, están vivamente interesados en el significado de la situación de consumo. Tal como apuntan Russell Belk, Melanie Wallendorf y John Sherry: “los consumidores actuales definen ciertos objetos o experiencias de consumo como representación de algo más que los objetos corrientes que parecen ser”.

Examinar la situación de consumo actual y diseñar estrategias de acuerdo con ella, dotará a las compañías de diferenciación de marca y a su vez cambiará radicalmente la forma de pensar sobre las oportunidades de mercado, ampliando el concepto y examinando el significado de la situación específica de consumo dentro de su más amplio contexto sociocultural.

El gusto, las percepciones y las sensaciones son factores que conforman el marketing de la experiencia, éstos son estudiados por la nueva disciplina llamada Neuromarketing, la cual se dedica a investigar y estudiar los procesos cerebrales que explican la conducta y la toma de decisiones de las personas.

Dos décadas atrás las compañías sintieron la necesidad de implementar procesos de investigación especializados, ya que las técnicas tradicionales fallaron muchas veces al inferir tanto en el comportamiento de los clientes como sus respuestas ante determinados estímulos, e incursionaron en las investigaciones de metodología fundamentadas en Neuromarketing, permitiendo con toda certeza identificar los procesos cerebrales que explican la conducta y la toma de decisiones de las personas.²

Hasta ahora se han hecho significativos avances, aplicando nuevas metodologías de investigación derivadas del Neuromarketing, permitiendo responder muchas preguntas que en algún momento creímos, no tener respuesta.

A continuación se presentará una investigación de gran influencia en esta nueva era del marketing, el Neuromarketing como tema principal:

² BRAIDOT, Néstor. Marketing Aplicado ¿Por qué sus clientes le compran a un competidor si han dicho que le gustan sus productos? [En línea]. Salamanca, España. 2009 [consultado 06 de Enero de 2013]. Disponible en Internet: http://web.usal.es/~nbraidot/material_alumnos/4to-ade-08-De-Políticas-comerciales-a-Neuromarketing.pdf

El objetivo de la compañía era mejorar la planificación, diseño y control de costes de la presencia en la web de la marca.

Utilizando un sistema de eye-tracking (gafas de seguimiento de la mirada) y un medidor de respuesta galvánica de la piel (biofeedback), se investigó cómo son las experiencias de los visitantes en distintos espacios de BMW en la red 6 para, posteriormente, analizar cómo se combinan la presencia online con las vivencias que genera la marca.³

En Neuromarketing, la aplicación experimental incluye todas las metodologías que estén al alcance de las consultoras o de organismos especializados en el estudio del cerebro, desde electroencefalogramas u otros métodos para registrar la actividad eléctrica hasta tomografías computadas, que suministran neuroimágenes.

A su vez permite anticipar el grado de aceptación o rechazo de un producto antes de su lanzamiento y permite implementar una auditoría de seguimiento, lo cual facilita el control de la performance de producto mientras este se comercializa, proporcionando el diseño de estrategias para mejorarlo o corregir potenciales errores durante su ciclo de vida.

Lo más interesante de éste proceso de investigación neuronal, son las neuroimágenes, que disponen del proceso para investigar la verdad sobre lo que dicen los clientes, ya que permiten observar en un monitor qué es lo que está pasando en el cerebro de una persona ante un estímulo externo.⁴

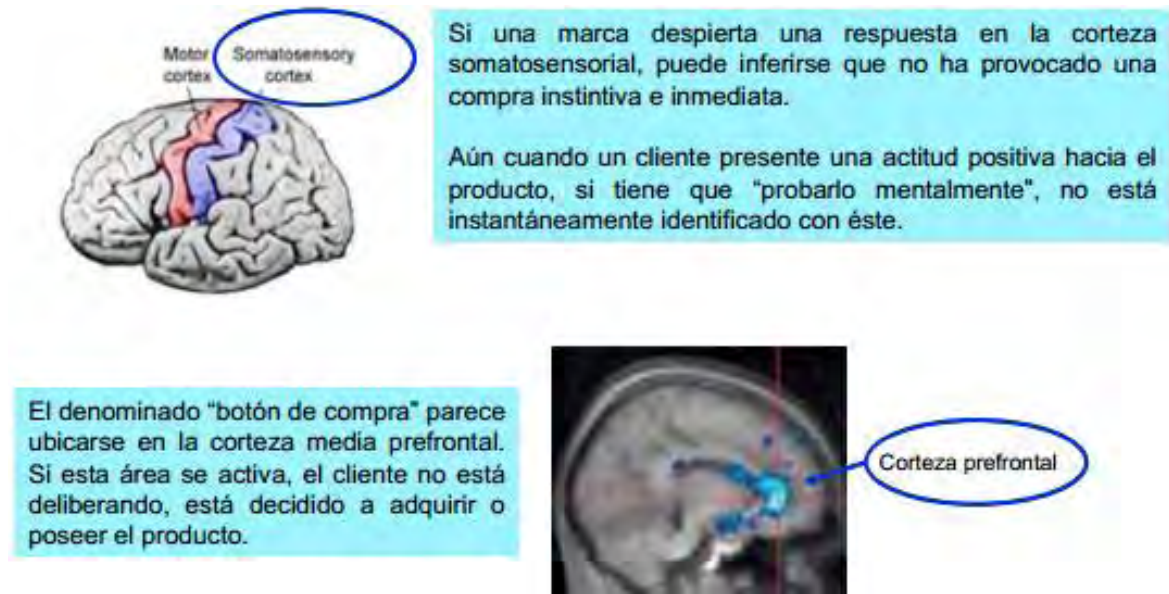
Cuando se utiliza la resonancia magnética funcional por imágenes, ésta permite ver en un monitor cómo y dónde se activa el cerebro ante cada estímulo. Estos sucesos son evaluados dependiendo las zonas cerebrales que se activen, llegando a descubrir, cuáles son los atributos de un producto o servicios que generan aceptación, rechazo o indiferencia.

³ Ibíd. Disponible en Internet: http://web.usal.es/~nbraidot/material_alumnos/4to-ade-08-De-Políticas-comerciales-a-Neuromarketing.pdf

⁴ Ibíd. Disponible en Internet: http://web.usal.es/~nbraidot/material_alumnos/4to-ade-08-De-Políticas-comerciales-a-Neuromarketing.pdf

Veamos un ejemplo, aplicable en este caso a un estudio de marcas:

Figura 1. Ejemplo: Imagen de una Neuroimagen



Fuente: Braidot, Néstor. NEUROMARKETING ¿Cómo llegar a la mente del mercado? [En línea] Salamanca, España. 2009. Disponible en Internet: http://www.braidot.com/upload/568_Neuromarketing.pdf

A continuación se presentará un estudio realizado por Read Montagne en Estados Unidos con Coca-Cola y Pepsi.

Durante una investigación conocida como pionera en neuromarketing, Read Montagne determinó que, a pesar de que Pepsi registraba una reacción placentera en cierta parte de la corteza cerebral, Coca Cola estaba presente en esa misma zona, pero también, y esto explica la supremacía de la marca, en otras áreas donde se almacenan las emociones agradables y los recuerdos positivos.⁵

⁵ BRAIDOT, Néstor. Neuromarketing Aplicado, nueva plataforma para la nueva generación de profesionales y empresa [En línea]. Salamanca, España. 2006 [consultado 06 de Enero de 2013] Disponible en internet: http://www.academia.edu/5091734/Neuromarketing_aplicado_Nueva_plataforma_para_la_nueva_generacion_de_pro_fesionales_y_empresas

Sin duda, el creciente desarrollo de los aparatos que exploran las emociones y localizan actividades cerebrales de las personas, han abierto campos de estudios realmente apasionantes, con resultados que dejan atrás muchos supuestos.

Aunque no es únicamente depender de los aparatos; para poder crear una propuesta de valor para el cliente, se necesita encontrar el modo de acceder a ese conjunto desordenado de emociones, recuerdos, pensamientos y percepciones que subyacen en sus decisiones, ya que en la mayoría de los casos, el proceso de selección se deriva de fuerzas no consientes⁶, es decir que la toma de decisiones no es un proceso racional, no es un proceso en el cual los clientes examinan conscientemente los atributos del producto o servicio adoptado.

Para otorgarle mayores fundamentos a estas afirmaciones, a continuación se mostrarán los resultados de un experimento realizado por la Universidad de Amsterdam, en Holanda con el objetivo de identificar cómo funcionaba el principio de tomar una “decisión sin atención”.

Un grupo de científicos de la Universidad de Amsterdam (Holanda), estudió el comportamiento de dos grupos de personas con el objetivo de verificar cómo funcionaba el principio de tomar una "decisión sin atención".

El grupo 1 tuvo cuatro minutos para elegir un automóvil a partir de una lista con distintos atributos, incluyendo el consumo de combustible y el espacio para las piernas.

El grupo 2 estuvo resolviendo crucigramas para mantener su mente ocupada antes de tomar la decisión.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes: el 55% por ciento de las personas del grupo 1, denominado “consciente”, seleccionó el mejor auto basándose en cuatro aspectos, mientras que sólo el 40% por ciento del grupo 2, denominado inconsciente, eligió la opción correcta.

Sin embargo, cuando el experimento fue llevado a un nivel más complejo, utilizando 12 características del automóvil, el porcentaje de éxito del grupo consciente cayó al 23%, mientras que el 60% del grupo que tomó una decisión que

⁶ Neuroscienze, psychology and Personal Development [En línea]: The emotional brain according to Joseph Ledoux and Antonio Damasio. Londres. 2012. Tim Lebon. [consultado 06 de Enero de 2013] Disponible en Internet: <http://www.timlebon.com/neuroscience.html>

los científicos denominaron “no consciente” eligió el mejor coche.⁷

Por esta razón las compañías cada día invierten grandes cantidades de dinero y tiempo en tratar de comprender las emociones y decisiones que se originan en un proceso mental del consumidor que subyacen a una conducta. Así que cuando una marca logra que las personas la recuerden, dicha marca está relacionada con acontecimientos significativos para el cliente y ha implementado una propuesta de valor para éste.

El neuromarketing se deriva de la mezcla de la Neurociencia y el mercadeo, mezcla realizada con propósitos comerciales para indagar en el cerebro de los consumidores a través de los sentidos, obteniendo respuestas fijas sobre sus deseos y necesidades. La tendencia de Neuromarketing comenzó a aparecer alrededor del año 2002 (Cristophe Morin, 2011) , ésta ha tenido un alto nivel de aceptación en las compañías y los mercadotécnicos, conllevando a un avance y múltiples experimentos de comprobación de hipótesis y supuesto, dando como resultado la efectividad de las estrategias creadas a base del marketing sensorial.

Existen diferentes mecanismos para realizar dichos análisis cerebrales: Electroencefalografía (EEG), la Magnetoencefalografía (MEG) y la Resonancia Magnética Funcional (fMRI). Las tres técnicas de imagen no son invasivas y por lo tanto pueden ser utilizadas con seguridad para la investigación de mercados. El EEG es una tecnología bastante antigua en neurología, pero sigue siendo considerado una buena manera de medir la actividad cerebral.

Las células responsables de las bases biológicas de nuestra cognitivo respuestas se llaman neuronas. Contamos con más de 100 mil millones neuronas y billones de conexiones sinápticas que representan la base de los circuitos neuronales. En presencia de un estímulo particular como un pedazo de publicidad, las neuronas se activan y producen una pequeña corriente eléctrica que puede ser amplificada.⁸

⁷ ¿Por qué sus clientes le compran a un competidor si han dicho que le gustan sus productos?, Op, cit. Disponible en Internet: http://web.usal.es/~nbraidot/material_alumnos/4to-ade-08-De-Políticas-comerciales-a-Neuromarketing.pdf

⁸ MORIN, Cristophe. 'Neuromarketing: The New Science of Consumer Behavior' [En línea]. San Anselmo, USA. 2011 [consultado 06 de Enero de 2013] Disponible en Internet: <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs12115-010-9408-1>

Cuando el EEG se utiliza para un experimento de investigación comercial, se colocan electrodos en el cuero cabelludo de un sujeto prueba, típicamente mediante el uso de un casco o una banda. Las ondas cerebrales se pueden grabar en intervalos de tiempo muy pequeños. Algunas de las bandas nuevas EEG puede grabar hasta 10.000 veces por segundo. La limitación del EEG sin embargo es que no tiene una buena resolución espacial, significa que no puede localizar con precisión donde las neuronas están disparando en el cerebro, Esto es simplemente porque los electrodos en el cuero cabelludo no pueden recoger señales eléctricas que residen mucho más allá de la corteza.

Si bien los conocimientos adquiridos mediante el uso de EEG puede ser útil para evaluar el valor de una pieza de publicidad, son insuficiente para ayudarnos a entender el proceso cognitivo responsable de desencadenar la actividad en todo el cerebro. Considerado como un primo de EEG, MEG surgió en los midsixties y ha ganado mucha atención en las últimas décadas, debido a las enormes mejoras realizadas en medir campos magnéticos de formación de imágenes en el cerebro.

Como hemos discutido anteriormente, la actividad cerebral es una función de las señales electroquímicas entre neuronas. La actividad neuronal crea un campo magnético que puede ser amplificado. MEG tiene una excelente resolución temporal, pero lo más importante, una mejor resolución espacial que el EEG. Sin embargo, como EEG, MEG es un poco limitado a recoger la actividad en la superficie del cerebro, por lo que no es un buen método para áreas de formación de imágenes subcorticales. Así, mientras MEG sigue mejorando y proporciona una excelente manera de grabar casi en tiempo real las respuestas a eventos cognitivos, cosa que no es ideal para realizar estudios de investigación de marketing, debido a que estos investigan ambas funciones cognitivas superiores (cortical) y emocionales (subcortical).

A diferencia de los dos EEG y MEG, la modalidad de fMRI se basa en el uso de un escáner de resonancia magnética para obtener imágenes del cambio del flujo sanguíneo en el cerebro. Cuando las neuronas se activan, tienen que utilizar la energía que es transportada por el flujo de sangre y rápidamente metabolizada. El fMRI es 10 veces mejor que el EEG, proporcionando a los investigadores la capacidad de la imagen de la actividad de un vóxel, a un cubo de neuronas (1 mm x 1 mm x 1 mm de tamaño).⁹

El marketing sensorial se conforma por la estimulación de los cinco sentidos,

⁹ Ibid. Disponible en Internet: <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs12115-010-9408-1>

tacto, audición, vista, olfato y gusto, este proyecto tiene como énfasis el mercadeo olfativo por lo cual indagaremos sobre este tema específicamente.

El Marketing Olfativo es una ciencia moderna consistente en utilizar aromas específicos en un entorno de negocio con el fin de suscitar emociones y de esta manera influir sobre los comportamientos del consumidor.

A través de esta técnica se pretende alterar el factor más sensible del ser humano, el olfativo, ya que es un sentido comercialmente virgen que tiene la cualidad de ser de rápida asociación y el de mayor permanencia en la memoria.

Los resultados de algunos estudios científicos recientes afirman que los aromas provocan potentes efectos en el comportamiento humano: pueden relajar, estimular, asustar, provocar, seducir, etc. En efecto, la memoria olfativa no se desvanece nunca y su fuerza depende de la importancia que ha tenido la situación en la cual el olor ha sido percibido en el proceso de aprendizaje de las personas.

El procesamiento cerebral de las percepciones olfativas reside en parte en el sistema límbico que controla las emociones, la conducta y el almacenamiento de la memoria. Por ello, para hacer vibrar las cuerdas del corazón los olores son más seguros que aquello que se ve o se oye. Diversos estudios de investigación afirman que recordamos el 1% de lo que palpamos, el 2% de lo que oímos, el 5% de lo que vemos, el 15% de lo que degustamos y el 35% de lo que olemos.¹⁰

“No niego que la vista sea un factor crucial en nuestras decisiones de compra, pero en muchos casos la vista no es tan poderosa como creíamos, mientras que el olfato y el sonido son mucho más potentes de lo que habíamos imaginado” afirma Martin Lindstrom (2008) uno de los gurús más respetados de marketing, que “...las imágenes visuales son mucho más eficaces y más memorables cuando van de la mano con estímulos para otros sentidos como el oído o el olfato”.¹¹

En una serie de estudios realizados en los años 90 se encontró como principal motivo del por qué la información codificada por el olor puede durar más largos tramos de tiempo frente a la información codificada con otras señales, la

¹⁰ IANNINI, M. 'Marketing olfativo, un valor diferencial'. B.Central. 2010. [Consultado: 10 October 2012]. SERIAL En: MK Marketing + Ventas.

¹¹ LIDSTROM, Martin. Buyology: truth and lies about why we buy. USA. 2009 Capítulo 8, pág 159.

proximidad de los sistemas neuronales relacionados con el olfato y la memoria. El sistema límbico, que contiene el bulbo olfatorio, la amígdala y el hipocampo, se caracterizan por la rápida transferencias sinápticas entre sus miembros (Herz & Engen, 1996).

Específicamente, solos dos sinapsis se encuentran entre el nervio olfativo y la amígdala, que es comúnmente reconocida por su papel en la emoción y también juega un papel importante en la determinación de la memoria emocional (Cahill et al., 1995). Aunque más que las amígdalas, el hipocampo está más involucrado con la memoria (Eichenbaum, 1996). Sólo tres sinapsis se encuentran entre el nervio olfativo y el hipocampo, haciendo esta relación una vez más, significativamente fuerte. Esto demuestra que el olfato es el único sentido con transferencia de información dirigida directamente a la memoria, diferenciándose totalmente de los otros sentidos.¹²

A su vez en el artículo exponen el estudio de Buck y Axel sobre la cantidad de receptores dedicados a procesar la entrada sensorial olfativa versus la visual. En los resultados se haya que los humanos tienen una familia de unos 1000 genes diferente que codifican un receptor de olor distinto, en comparación con la visión, que tiene solo cuatro receptores distintos. Además, dado que los receptores producen diferentes aromas distintos, los seres humanos tiene la capacidad de reconocer las 10.000 combinaciones de olor (Buck y Axel, 1991).

Aun así, mientras que los humanos tienen a menudo dificultades para identificar olores por su nombre (de Wijk, Schab, y Cain, 1995; Lawless y Engen, 1977), su capacidad para distinguir entre diferentes aromas y para reconocer olores previamente, incluso después de largos periodos de tiempo, es bastante fuerte (Schab y Crowder, 1995).

Los estudios muestran que la capacidad en lo seres humanos de reconocer olores que se han encontrado anteriormente, persisten durante muchos largos periodos de tiempo, con reducciones mínimas en la precisión de reconocimiento, ya sean segundos, meses o años después de la exposición (Engen, Kuisma, y Eimas, 1973) (Engen & Ross, 1973; Zucco, 2003), según un estudio realizado por dos científicos Engen y Ross (1973), el reconocimiento del olor se reduce de un 70% a un 65% después de un año; en la investigación de Lawless y Caín (1975) de un

¹² ¿Por qué sus clientes le compran a un competidor si han dicho que le gustan sus productos?, Op, cit. Disponible en Internet: http://web.usal.es/~nbraidot/material_alumnos/4to-ade-08-De-Políticas-comerciales-a-Neuromarketing.pdf

85% se redujo después de la exposición a un 75% ya pasado 1 mes. Según el psicólogo alemán Ebbinghaus (1913) el recuerdo para otros estímulos sensoriales tiene decadencia a un ritmo mucho más rápidos, exhibiendo empinadas curvas de olvido. Por ejemplo de la precisión de reconocimiento de imágenes, la cual en un estudio se redujo de 99% a un 58% después de la exposición 4 meses después (Shepard, 1967).

Muchas compañías ya han optado por esta modalidad, por ejemplo Play-Doh la compañía de juguetes, Sony y Samsung compañía de televisores y equipos tecnológicos, cadenas de hoteles como Westin y Omni, y firmas de moda como Abercrombie & Fitch, su fragancia de cabecera, Fierce, está muy presente en todas las tiendas de la marca. Fierce es una aroma fuerte y atrevido que conecta con los consumidores más jóvenes.

¿El resultado? Que Fierce es una de las fragancias más vendidas en Estados Unidos y en Europa entre el público adolescente. Abercrombie & Fitch ha dado con su odotipo “Logo Olfativo” en el punto que es, ahora está en disposición de utilizarlo en todos los puntos de contacto físico con el consumidor y dejar de esta manera una huella indeleble en el cerebro de sus consumidores.

Y es que el éxito de una marca no sólo se ve, se oye, se toca y se saborea, sino que también se huele.

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Ofrecer experiencias inolvidables a los clientes, conduce necesariamente a una mayor fidelización de marca. El truco es pensar en lo que el consumidor desea, indagando sus gustos, percepciones y estímulos a través de los sentidos, logrando constituir una atmósfera exclusiva que logre un top of heart en el consumidor.¹³

Al aplicar estrategias de marketing de la experiencia, las empresas piensan en sus clientes, motivándolas a trabajar permanentemente en la creación de ambientes únicos y especiales, con el propósito de ofrecer experiencias inolvidables.¹⁴

El uso de los sentidos (tacto, visión, gusto, olfato y escucha) es esencial para crear experiencias perdurables en los clientes, ya que por medio de estos el cliente exterioriza sus emociones y sensaciones, permitiendo efectivizar el posicionamiento de la compañía.¹⁵

Aunque para identificar lo que el consumidor desea y satisfacer su necesidad, ya no es suficiente analizar lo que dicen los clientes u observar cómo se comportan frente a la compra y consumo de productos o servicios, en el marketing actual es necesario estudiar el cerebro y sus propiedades atractivas.

Mas sin embargo conociendo este dictamen, las compañías siguen adelante, utilizando las mismas estrategias y técnicas de siempre, limitándose a llamar la atención del consumidor, en vez de cautivarlo auténticamente quedándose imborrablemente en su mente. Las empresas aún piensan que las estrategias de investigación cuantitativa, seguidas de la investigación cualitativa todavía sirven, entonces si esto fuera así ¿a qué se debe que ocho de cada diez productos fracasen en los tres primeros meses después de su lanzamiento?¹⁶

¹³ DE LANGE, Catherine. „Exquisite Sense“. Inglaterra. 2011. New Scientist, Vol. 211. p. 44-47].

¹⁴ GÓMEZ SÚAREZ, Mónica y García Gumiel, Cristina. 'Marketing Sensorial: Cómo desarrollar la atmósfera del establecimiento comercial'. Madrid. 2012. pp. 30-19.

¹⁵ KRISHNA, Aradhna. 'An integrative review of sensory marketing: Engaging the senses to affect perception, judgment and behavior'. New York. 2012. Journal Of Consumer Psychology (Elsevier Science), Vol. 22, 3, p. 332-351.

¹⁶ Buyology: truth and lies about why we buy.Op. cit. P. 21.

Cabe aclarar que no todas las marcas se fundamentan en estas estrategias, algunas ya han indagado en la investigación de los sentidos, como por ejemplo la marca AXE, logrando ser la marca más vendida de desodorantes en el mundo por la implementación en sus estrategias de marketing sensorial olfativo o en Colombia el restaurante Avril ubicado en el barrio San Antonio de la ciudad Santiago de Cali; que en su corto tiempo de existencia se ha posicionado en la mente de los caleños como uno de los mejores y exclusivos restaurante de la ciudad, gracias a sus únicos encantos aromáticos utilizados en sus diversos platos.

Avril es un restaurante de cocina persona al estilo francés. Su dueña y Chef es Natalia Quintero, caleña de 25 años de edad. Estudió cocina en Francia.

Avril ha marcado diferencia creando a sus clientes momentos, atmosferas e ilusiones por medio de aromas, texturas, temperaturas y sonidos. Natalia le denomina a su cocina, como una cocina creativa sensorial, la cual busca que sus clientes atraviesen por experiencias subjetivas mediante el consumo de sus platos, ya que estos evocan sentidos como el olfato, el objetivo del restaurante es ir mucho más allá del gusto, tocando sentidos olfativos, de tacto y auditivo. Avril ofrece platos con música, sí, con música, el plato viene acompañado de un ipod, mientras consume el alimento, el cliente disfruta escuchando música característica del plato.

Un ejemplo claro es Sopa Bangkok (nombre del plato), para crear la atmosfera y hacer que el cliente se sienta en aquella ciudad de Tailandia, la pista de música reproduce unos sonidos grabados en el mercado de Bangkok, gente vendiendo frutas, balsas sobre el río y una narración es lo que contiene la pista en reproducción, estimulando al cliente a no solo comerse la sopa, sino transportándolo a la ciudad.

El restaurante tiene disposición para 30 personas, maneja una carta fresca e innovadora, basándose en los sentidos, “más que comer, es crear una experiencia” cita Natalia.

2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

A través de ésta investigación se pretende identificar la existencia de influencia en el comportamiento de compra de los consumidores al aplicar estrategias de marketing sensorial de tipo olfativo en una tienda de accesorios.

2.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Se puede generar aversión y preferencia a un aroma en específico dependiendo de las experiencias vividas?
- ¿Puede una experiencia olfativa causar un efecto sensorial en los clientes de una tienda de accesorios artesanales?
- ¿Cuál es el impacto en ventas y percepción al aplicar una estrategia de marketing sensorial olfativo en una tienda de accesorios artesanales?

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar el comportamiento de compra que tienen los consumidores en una tienda de accesorios artesanales a partir de la aplicación de una estrategia de marketing sensorial de tipo olfativo.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar los aromas de preferencia y desagrado en el target de la tienda de accesorios artesanales.
- Medir el efecto sensorial que produce la experiencia olfativa en el segmento de mercado de la tienda.
- Evaluar el impacto en ventas y percepción al aplicar una estrategia de marketing sensorial olfativo en una tienda de accesorios artesanales.

4. JUSTIFICACIÓN

Un buen marketing experiencial según Martin Lindstrom, uno de los más respetados gurús de marketing, es aquel que es capaz de hacer brotar las emociones del individuo, es aquel que le hace tener una visión más trascendente de la marca y es aquel que hace pasar del “Necesito crema para afeitarse” (actividad tediosa y rutinaria) al “Me arreglaré en el cuarto de Baño” (actividad lúdica y divertida).¹⁷

La estimulación de los cinco sentidos (vista, oído, tacto, gusto y olfato) se convierte en el principio del marketing experiencial o sensorial, mediante el cual se pretende llegar al consumidor por medio de experiencias sensoriales que permitan influir en su acción de compra y establecer relaciones de largo plazo entre él y la marca.¹⁸ Integrando así todos los sentidos, para optimizar la comunicación de asociaciones de marca, maximizando la experiencia de compra y uso.

El marketing sensorial se aleja de las estrategias tradicionales del marketing partiendo de principios en los cuales las sensaciones, los estímulos y las decisiones irracionales priman sobre la estructura tradicional (necesidad-beneficio).¹⁹

Las variables de producto ligadas a la calidad y la funcionalidad ya no son suficientes para que el consumidor tome decisiones de compra, pues los elementos perceptuales que llegan a través de los sentidos influyen cada vez más en éste²⁰, generando vínculos emocionales que se convierten en un componente único e irrenunciable en las decisiones de compra y es en este punto donde la gestión a través de las diversas estrategias de marketing debe tener claridad en cuales de los aspectos del marketing sensorial se debe profundizar.

Así que la creación de nuevas sensaciones o énfasis de alguna de las ya existentes, puede incrementar el atractivo del producto o servicio, en donde está

¹⁷ Ibid. p. 21.

¹⁸ GOBÉ, Mark. Branding Emocional: El nuevo paradigma para conectar las marcas emocionalmente con las personas. Barcelona. 2010. Capítulo 11, p.129.

¹⁹ PRADEEP, A.K. The Buying Brain: secrets for selling to the subconscious mind. New Jersey, USA. 2010. John Wiley & Sons, Inc, Hoboken

²⁰ ¿Por qué sus clientes le compran a un competidor si han dicho que le gustan sus productos?, Op, cit.. p 15.

implícita la marca. Fue en el presente milenio cuando las empresas han estado enfocando esfuerzos al desarrollo de los aspectos sensoriales de los productos buscando el enganche emocional con el consumidor.

Por ejemplo con el olfato, se han generado vivencias plenas de sensaciones como respuesta a las percepciones estimuladas por el aroma. Así que éstas son la base para las relaciones de marca asociadas a las diversas categorías de productos ligados a diversos aromas que producen reacciones en los individuos, buscando que el consumidor relacione la marca con determinado aroma, tanto previo a la compra del producto como durante la compra como tal y el consumo del mismo. Su potencial resulta del hecho mediante el cual se puede tener una imagen visual de un aroma, tal como lo expresó Gamble: “a pesar de que puede ser difícil tener una imagen mental de un aroma, muchos escritores afirman que sólo basta con oler una fragancia determinada para revivir un recuerdo complejo y lleno de emociones”.²¹

Es así que teniendo en cuenta que el marketing sensorial busca representar una marca a través de los sentidos, es importante que los procesos de gestión tengan en cuenta los estímulos externos que se usen y que éstos sean los apropiados y sin exageraciones, guardando coherencia con el producto, para lograr la respuesta esperada del consumidor.

Los consumidores suelen impactarse más con la comunicación no verbal que a través de las palabras, por ejemplo colores, música, aromas, experiencias vividas y situaciones sentidas, así que las compañías que requieran de éxito deben preparar y planificar las experiencias de sus clientes estratégicamente.

Las experiencias se producen como resultado de encontrar, pasar por o vivir determinadas situaciones. Las experiencias conectan también la empresa y la marca con la forma de vida del cliente y sitúan las acciones personales del cliente y la ocasión de compra en un contexto social más amplio. En resumen, las experiencias aportan valores sensoriales, emocionales, cognitivos, conductistas y de relación que sustituyen a los valores funcionales.²²

Basado en los argumentos anteriores, se ha decidido implementar una estrategia de Marketing Sensorial Olfativo en una tienda de accesorios artesanales para mujer, ubicada en el barrio San Antonio, Cali, Colombia; en la cual se evaluará el

²¹ GÓMEZ, Claudia y MEJÍA, Jorge Eduardo. La gestión del marketing que conecta los sentidos [En línea]. Virginia Beach, USA. 2011. [Consultado 24 Enero de 2013] Disponible en Internet: <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/viewFile/557/496>

²² SCHMITT, Bernd H. Experiential marketing. Barcelona. 1999. p. 51.

comportamiento de compra de los consumidores, se identificarán qué cambios surgen en este comportamiento dependiendo la estrategia de marketing sensorial olfativo aplicada, qué beneficios tiene el establecimiento al implementar dichas estrategias y finalmente comprobar si utilizar estrategias de marketing sensorial olfativo puede llegar a manipular de alguna forma la decisión de compra del consumidor.

De esta manera se examinará el impacto, los estímulos, beneficios, emociones y efectos que los aromas provocan en el comportamiento humano.

Finalmente el objetivo es aportar un análisis categórico para facilitar el diseño de estrategias y así mejorar o corregir potenciales errores en las marcas que actualmente no toman en cuenta este tipo de estrategia, para su rendimiento económico y social durante el resto de su ciclo de vida, conduciendo a las organizaciones hacia sus metas de forma exitosa.

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1 MARCO TEORICO

5.1.1 Neuromarketing. Néstor Braidot conferencista, catedrático, empresario, consultor y escritor, especialistas sobre la aplicación de las neurociencias a la actividad organizacional, el liderazgo, la educación y el aprendizaje, dice que el Neuromarketing es la ciencia que estudia el gusto, las sensaciones y percepciones del consumidor, indagando en el cerebro de éste, analizando los procesos cerebrales que explican el comportamiento del consumidor en el momento de una estimulación o una toma de decisión.

Braidot define específicamente al Neuromarketing como: “una disciplina que investiga y estudia los procesos cerebrales que explican la conducta y la toma de decisiones de las personas, permitiendo a las empresas influir para que una persona elija su producto y excluya a otros que satisface la misma necesidad.”

Piensa que “el denominado Neuromarketing parece ser la disciplina del horizonte, ya que si se aplican los resultados de investigación mediante una estrategia de Neuromarketing bien diseñada en una compañía, la compañía tendría altas probabilidades de influir para que una persona elija su producto y excluya otros que satisfacen una misma necesidad”.²³ Braidot sostiene que la clave ya no está en analizar lo que dicen los clientes o en observar la forma en que se comportan, sino en indagar las causas que subyacen en su conducta, haciéndose posible mediante el estudio de las zonas del cerebro donde se originan tanto los pensamientos como los comportamientos.

Las investigaciones de éste gran gurú del Neuromarketing han generado nuevos conocimientos tendientes a dar respuestas a las necesidades de las organizaciones, como por ejemplo el por qué los participantes de una muestra “representativa” manifestaron estar fascinados ante un nuevo producto, afirmando explícitamente que les gustaba y lo adquirirían, pero luego no lo hicieron. Néstor denomina la respuesta a este hecho, como una respuesta simple, exponiendo lo siguiente:

El funcionamiento de nuestra mente, de nuestras emociones
e incluso de nuestras decisiones se origina en un proceso
mental que tiene lugar por debajo de nuestro umbral de

²³ Neuromarketing Aplicado, nueva plataforma para la nueva generación de profesionales y empresa, Op. Cit. p. 17

conciencia, es decir que detrás de las aparentes “racionalizaciones” que hacemos, se esconden verdades a las que no tenemos acceso consciente, por eso, muchas veces creemos que estamos expresando lo que sentimos y pensamos cuando en realidad no es así.²⁴

Según IXP Marketing Co. agencia de mercadeo especializada en marketing global, cerca de 21000 marcas nuevas llegan al mercado cada año en el mundo entero y, salvo unas cuantas, las demás han desaparecido de los anaqueles al año siguiente. Sólo en productos de consumo, el 52% de todas las marcas nuevas y el 75% de todos los productos fracasan.²⁵ Cifras como éstas son las causantes de la fijación que tiene Braidot en conocer el cerebro humano y lo que lo inspiran a aplicar nuevas metodologías de investigación, junto a los conocimientos que se están generando en la neuropsicología, las neurociencias y la antropología sensorial.

Braidot con sus profundas investigaciones Neuromarketing, testifica que esta tendencia ayuda y facilita la comprensión de las verdaderas necesidades de los clientes y permite superar potenciales errores por desconocimiento de sus procesos internos y metaconcientes²⁶, evitando así el malgasto de recursos, tiempo y dedicación de las empresas al sacar al mercado un producto sin posibilidades de éxito alguno. Por ésta razón las grandes compañías ya están tomando consciencia de la relevancia de ésta nueva ciencia, Neuromarketing, para obtener a partir de la indagación e interpretación de los procesos mentales de los consumidores exitosos resultados para sus marcas, según revista P&M.

Específicamente, Braidot indica que en el Neuromarketing, como disciplina moderna, convergen la neurociencia y el marketing. Por parte de la neurociencia intentando explicar la conducta en términos de actividades del encéfalo y cómo el medio ambiente y otros individuos influyen en ésta. Por parte del marketing se entiende, según lo planteado por Kotler y Armstrong, como una filosofía gerencial según la cual los objetivos organizacionales son alcanzados en la medida en que se identifiquen las necesidades y deseos de los consumidores o usuarios

²⁴ Ibíd, Disponible en internet:

http://www.academia.edu/5091734/Neuromarketing_aplicado_Nueva_plataforma_para_la_nueva_generacion_de_pro_fesionales_y_empresas

²⁵ Diario La primera [En línea]: Neuromarketing. Peña, Mario Galarza. 2010 [Consultado 9 noviembre de 2012] Disponible en Internet:

http://www.diariolaprimeraperu.com/online/columnistas-y-colaboradores/neuromarketing_54290.html

²⁶ Neuromarketing Aplicado, nueva plataforma para la nueva generación de profesionales y empresa, Op. Cit. p. 17

potenciales de los productos o servicios, y satisfacerlos a través de una oferta de valor superior a la competencia.

Braidot en su libro “Neuromarketing ¿Por qué tus clientes se acuestan con otros si dicen que les gustas tú?”, menciona la existencia de novedosas y complejas técnicas neurocientíficas aplicadas a la investigación de los aspectos relacionados con la comunicación, productos, precio, construcción de marca (branding), posicionamiento, y planificación estratégica, así como de otros factores que determinan el comportamiento de compra y consumo de los segmentos de mercado y del cliente individual.

Linda S. Costanzo fisióloga reconocida en su libro Fisiología donde explica paso a paso todos los procesos fisiológicos donde tienen proceso el ser humano, apoya las afirmaciones de Braidot, añadiendo que el sistema nervioso es una compleja red cuya unidad básica son las neuronas, que permite a un organismo comunicarse con su ambiente²⁷. Esta red incluye componentes sensoriales que detectan cambios en los estímulos ambientales y componentes motores. Los componentes integrales del sistema nervioso reciben, almacenan y procesan información sensorial (percepción) y luego organizan la respuesta motora apropiada, por este motivo señala el proceso más interesante del Neuromarketing a el proceso perceptivo, el cuál se basa en cómo perciben los consumidores o usuarios la realidad relacionada con los productos o servicios, y el análisis de las respuestas ante los estímulos que reciben, motivando a los investigadores y marketers a conocer cómo funciona el sistema nervioso del ser humanos, para entender completamente los mecanismos de esta nueva tendencia.

Al analizar la estructura del sistema nervioso se observa que se compone de dos grandes partes: el Sistema Nervioso Central (SNC) y el Sistema Nervioso Periférico (SNP). Al respecto, Constanzo señala que el SNC está formado por el cerebro y por la médula espinal, mientras que el SNP incluye los receptores sensoriales, nervios sensoriales y ganglios fuera del SNC. El sistema nervioso también puede estructurarse en función de sus porciones sensoriales y motoras. Las sensoriales permiten la entrada de información al interior del sistema nervioso, la cual se presenta a los receptores sensoriales en forma de sucesos generados en la periferia. Dichos sucesos pueden ser de carácter visual (presentados a los ojos), auditivo (a los oídos), táctil (a la superficie del

²⁷ CONSTANZO, Linda S. Fisiología. Barcelona, España. 2010. Cap. 3. [Consultado 4 de febrero de 2013]

organismo), entre otros. La porción motora traslada información hacia el exterior del sistema nervioso.²⁸

Braidot explica que el SNC es una estructura neuronal bilateral y casi simétrica dividida en siete partes: la médula espinal, la médula pons, el cerebelo, el cerebro medio, el diencefalo y los hemisferios cerebrales cuya función principal es conducir la información desde la piel, articulaciones, músculos y órganos viscerales de la periferia por la vía de la raíz dorsal y los ganglios de los nervios craneales hasta la médula, y por medio de los nervios motores lleva la información desde la médula espinal hasta la periferia, a través de los nervios sensoriales. Por medio de las vías ascendentes dentro de la médula, lleva información desde la periferia hasta los niveles más altos del SNC. Se compone del bulbo raquídeo, puente y mesencéfalo.

Para profundizar en estos tres últimos citaremos a los autores Arthur Guyton y John E. Hall fisiólogos estadounidenses. Guyton & Hall en su libro Tratado de Fisiología Médica describe a el bulbo raquídeo como contenedor de centros autónomos que regulan la respiración y la presión arterial, así como la deglución, tos y reflejos del vómito, siendo participe en la regulación de la respiración y en el relevo de información procedente de los hemisferios cerebrales en dirección al cerebelo. El mesencéfalo participa en el control de los movimientos oculares y contiene núcleos de relevo del sistema auditivo y del visual. Coordinación del movimiento, planeación y ejecución de movimientos, conservación de la postura y coordinación de los movimientos de la cabeza y los ojos.

A su vez estos investigadores afirman que el tálamo procesa casi toda la información sensorial que va hacia la corteza cerebral, menos la información proveniente del olfato. A su vez el tálamo toma la mayor parte de la información motora que viene de la corteza cerebral hacia el tallo encefálico y la médula espinal. La región olfatoria se identifica en la Amígdala, estructura subcortical esencial para el procesamiento emocional de las señales sensoriales, debido a que recibe proyecciones de todas las áreas de asociación sensorial. Es esta convergencia de proyecciones anatómicas la que sitúa a la amígdala como la estructura responsable para la formación de asociaciones entre los estímulos y el refuerzo o el castigo.

Guyton y Hall sostiene que debido a la importancia que tiene en el marketing el comportamiento de las personas, así como la forma en que perciben los estímulos externos y responden ante éstos, resulta fundamental conocer en qué secciones

²⁸ Ibid. Pág.33.

de los hemisferios cerebrales se encuentran las zonas de procesamiento sensorial, por eso éstos gurús creen necesario que se expongan las funciones específicas de los hemisferios cerebrales: se conectan a través del cuerpo calloso, el cual es el medio de comunicación entre ambos. El izquierdo se ocupa, entre otras funciones, de la parte lógica, la comunicación y el procesamiento de información; el derecho cubre las funciones emocionales, motrices y de percepción sensorial. “El derecho capta globalmente mientras que el izquierdo detalla.”²⁹

Maria Virginia Baptista, miembro del grupo de Investigación de las Organizaciones (GIO) en su libro „Neuromarketing: Conoce al cliente por sus percepciones” declara que las funciones mentales tienen lugar gracias al papel primordial de las neuronas, pues son las que reciben los estímulos y conducen el impulso nervioso a la parte del cerebro que corresponda. Con forma similar a una estrella, representan una estructura con una prolongación denominada axón, que a su vez cuenta con pequeñas ramificaciones llamadas dendritas. La combinación de los axones y las dendritas forman la sustancia gris del cerebro. Las neuronas se comunican entre sí a través de un proceso denominado sinapsis, que se presenta cuando un estímulo sensorial provoca en el cerebro una reacción, por la cual una neurona sensorial se activa eléctricamente y transmite una información por un mensaje químico a una neurona vecina, que a su vez se activa eléctricamente y se propaga.

“El proceso de aprendizaje de un nuevo sonido, color, aroma, palabra o concepto modifica las conexiones sinápticas de algunos circuitos determinados, permitiendo que las personas puedan reconocer más rápido algún aspecto de la realidad cuando ya lo han experimentado” dice Baptista.

Esto es un factor de gran relevancia en el campo del comportamiento del consumidor y del posicionamiento de las diversas marcas, productos o servicios, pues al obtener conocimiento sobre preferencias y conductas de compra se tiene una fuente de diferenciación y creación de valor, además reduce el margen de error para un fracaso.³⁰

Gerald Zaltman, fundador de la consultora de investigación de mercados Olson Zaltman Asociados, profesor Emérito de la Escuela de Negocios de Harvard y

²⁹ GUYTON Y HALL. Tratado de fisiología médica, 2011. Edición 12. Cap.46. [Consultado 10 de octubre de 2012]

³⁰ BAPTISTA, María Virginia. NEUROMARKETING: know customers through their perceptions. 2010. Vol 4. p. 9-19. [Consultado 11 de octubre de 2012]

responsable de patentar un método utilizado para profundizar en el pensamiento inconsciente que impulsa el comportamiento del ser humano, sostiene que, al contrario de lo que suele pensarse, la mayoría de los comportamientos humanos no se basan en los pensamientos conscientes sino en el inconsciente, apoyando la teoría de Braidot. Así la mente siempre está agregando elementos personales a los mensajes, cosa que debe considerarse en el desarrollo de productos. “De lo contrario podemos creer que les mostramos algo cuando no es así”, señaló.

Este predominio del inconsciente explica, según el profesional, que “cuando uno conoce un hecho constatado, pero que es distinto a lo que indica su experiencia, va a seguir su experiencia y no lo que sabe que es correcto”. Esto explicaría, por ejemplo, por qué la gente es capaz de pagar el doble por un producto de una marca que tiene exactamente los mismos componentes que el de otra que vale la mitad y es que la mayoría de las decisiones no son conscientes.

“El 95% de todo el pensamiento que impulsa nuestro comportamiento ocurre en nuestra inconsciencia”, sostuvo Zaltman, subrayando que, aunque no hay que olvidar la parte consciente, “la investigación de marketing requiere usar métodos que vayan a la mente inconsciente”, para así comprender y predecir los comportamientos de los consumidores ante un producto.

Esto plantea una dificultad para la publicidad: ¿Cómo acceder al inconsciente?

La respuesta, para Zeltman, está en las metáforas profundas, entendidas como categorías básicas de pensamiento automáticas, muy poderosas y compartidas en todas partes del mundo. Estos pensamientos profundos, según explicó, determinan cómo procesamos la información que recibimos.

Sin duda Braidot y Zaltman basan sus teorías en que las decisiones tomadas por el ser humano, que se creen que son de una forma consciente, no siempre es así. Ésta teoría es apoyada por el especialista en Neuromarketing Martin Lindstrom al citar que: “el 85% del tiempo, nuestro cerebro está en piloto automático. No es que mintamos deliberadamente sino sencillamente que nuestra mente inconsciente es mucho más capaz de interpretar nuestro comportamiento (incluido porque compramos) que nuestra mente consciente.”³¹

³¹ Buyology: truth and lies about why we buy. Op. cit. p 21.

Martin Lindstrom es experto en posicionamiento global de marcas. La misión de su vida ha sido dilucidar la forma cómo piensan los consumidores, averiguar porqué compran y porque no, y lo que pueden hacer los mercadotécnicos y anunciantes para revitalizar los productos enfermos, atascados tambaleantes o sencillamente desastrosos.

Para Martin Lindstrom el posicionamiento de producto realmente no funciona en el momento de la decisión de compra del consumidor, para él es mucho más importante y poderoso un logotipos de tipo olfativo y auditivo, justificándose con los resultados arrojados en sus estudios realizados con base al cerebro.

Éste especialista de marketing, se ha propuesto destruir algunos de los supuestos, mitos y creencias más afianzados sobre la publicidad, el posicionamiento de marca y la presentación de los productos que realmente despiertan el interés del consumidor y los incita a comprar. Por esta razón ha realizado una serie de investigaciones muy intensas y costosas, las cuales han resultado ser exitosas, han alcanzado los objetivos propuestos e inquietando a las grandes superficies a indagar sobre el tema e implementar estrategias basadas en marketing sensorial.³²

Por otro lado Roberto Álvarez del Blanco, una de las principales autoridades internacionales de marketing y estrategia de marca, profesor del IE Business School desde 1993, reconocido por su excelencia académica, define el Neuromarketing como la fusión perfecta que relaciona el marketing y el comportamiento del consumidor mediante las neurociencia, utilizando métodos neurocientíficos para analizar y comprender el comportamiento humano y sus emociones en relación con el mercado y sus intercambios, otorgando un gran aporte a la estrategia de marketing.

“El primer aspecto de la definición va más allá de la simple utilización de neuroimágenes para interés comercial; el segundo aspecto se vincula con una consideración más amplia que la simple investigación sobre el comportamiento del consumidor, para incluir aspectos de intercambio de mercado o intra organizativos; el tercer aspecto incluye las emociones” afirma él dando una explicación detallada sobre la definición de Neuromarketing.³³

El Neuromarketing para llegar a resultados íntegros completamente, se basa en ciertos mecanismos especiales, uno de estos mecanismos es la Resonancia

³² Ibíd. p 36.

³³ ÁLVAREZ, Del Blanco. Neuromarketing, fusión perfecta: seducir al cerebro con inteligencia para ganar en tiempos exigentes. Madrid. 2011. Edición Pearson.

Magnética de Imágenes funcional (fMRI) utilizada para escanear el cerebro y analizar el flujo sanguíneo a medida que el individuo realiza ciertas tareas. Utilizando la (fMRI) y el electroencefalograma (EEG) se puede comprender más sobre el mecanismo mental en el que descansa el proceso de decisión de compra o la fidelidad de la marca que tiene el consumidor.³⁴ Esta metodología se constituye una de las más fiables en la actualidad para determinar los sentimientos que despierta la marca. Con 64 sensores pueden medirse hasta 2.000 ondas cerebrales por segundo, precisando aquello que provoca reacciones en la mentes. Es lo más próximo a lo que una marca puede llegar para realmente entender el pensamiento, percepción y emociones de sus clientes, incluso en sus pensamientos inconscientes.

El Neuromarketing ofrece la posibilidad de modificar el consumo físico por un consumo conceptual ayudando a que se tomen mejores decisiones de compra, ya que examinar las motivaciones personales mediante estudios cerebrales contribuye a clarificar incentivos favorecedores de comportamientos deseados en los individuos.

“El 85% de las decisiones de compra se producen en la parte subconsciente de la mente, la mayoría basadas en experiencias o emociones” afirma Álvarez de Blanco.³⁵

5.1.2 Marketing Sensorial. Continuando con términos de éste experto en Marketing, Álvarez del Blanco, el marketing sensorial se define como la utilización expresa de estímulos y elementos que los consumidores perciben a través de los sentidos: vista, tacto, gusto, oído y olfato, para generar determinadas atmósferas, aclarando que la utilización de estímulos sensoriales en la generación de atmósferas que apelan a los sentidos del consumidor, no ha de entenderse como una forma de manipulación del cliente, sino como todo lo contrario, un proceso de mejora de las actividades de marketing dirigido a generar mayor valor de la marca hacia el cliente, dotándole del tipo de entorno que demanda.³⁶

Martín Lindstrom uno de los gurús del marketing examina el poder que ejercen los sentidos sobre las decisiones diarias a la hora de comprar, por medio de experimentos basados en el marketing sensorial. Recalca la gran importancia que

³⁴ Introducción a la ingeniería biomédica. Universidad Pontifica Bolivariana. 2009. Capítulo 2: Elentrofisiología.

³⁵ ALVAREZ, Del Blanco y ROMERO M. Neuromarketing: hallazgos inteligentes en la caja de pandora del cerebro. Madrid. 2010.

³⁶ BRANDSENSE. Op. cit. p. 13.

tienen los sentidos en esta tendencia y el alto nivel de influencia a la hora de que los consumidores tomen las decisiones de compra. Martin cita: "No niego que la vista sea un factor crucial en nuestras decisiones de compra, pero como lo demostraría nuestros dos estudios siguientes, en muchos casos la vista no es tan poderosa como creíamos, mientras que el olfato y el sonido son mucho más potentes de lo que habíamos imaginado."

Martin asegura que "...las imágenes visuales son mucho más eficaces y más memorables cuando van de la mano con estímulos para otros sentidos como el oído o el olfato" denominando a esta tendencia *Sensory Branding*TM (Posicionamiento Sensorial de la Marca). Para el primer experimento los usuarios probaron dos fragancias experimentales para una famosa cadena de restaurantes de comidas rápidas llamadas Pete's. El propósito era elegir la fragancia que mejor complementara un determinado plato de la carta, esto se pretendía lograr exponiendo a 20 voluntarios a imágenes (Incluyendo logotipos) y fragancias de cuatro marcas bien conocidas asociados con Pete's, entre ellas estaban Champú no más lágrimas de Jhonsons & Jhonsons, jabón Dove, Vaso de Coca-Cola helada con mucho hielo.

Los resultados fueron: En la mayoría de los casos, cuando los voluntarios vieron las imágenes y las fragancias por separado, las consideraron igualmente placenteras a la vista y al olfato. Sin embargo, cuando se presentaron las imágenes y las fragancias de forma simultánea, los sujetos calificaron las combinaciones más favorablemente, en general que la fragancia o la imagen por separado.³⁷

A su vez se descubrió en el primer experimento que cuando la imagen y el olor se presentan de manera simultánea, pero éstos son incongruentes, la calificación de agrado disminuye, porque ni la imagen ni la fragancia concuerdan. Según la encargada del experimento, Dra. Calvert, estos comportamientos de cuando vemos y olemos algo que nos agrada de manera simultánea se debe a que varias regiones del cerebro se activan, entre ellas está la corteza orbitofrontal interna derecha, una región asociada con la percepción de las cosas agradables o placenteras. Por el contrario, cuando hay poca concordancia entre una marca y una fragancia, se activa la corteza orbitofrontal externa izquierda, una región al cerebro conectada con la aversión y repulsión.³⁸

En conclusión cuando los individuos se ven expuestos a combinaciones que parecen concordar se activan al tiempo la corteza piriforme derecha (centro

³⁷ Buyology: truth and lies about why we buy. Op. cit. p. 21.

³⁸ Neuromarketing: fusión perfecta: seducir al cerebro con inteligencia para ganar en tiempos exigentes. Op. cit. p. 37

principal del olfato) y la amígdala (la cual codifica los estímulos de pertinencia emocional), provocando que además de que el individuo la perciba como placentera, haya más probabilidad de que recuerde la marca y su odótipo. También se concluyó en el experimento que el olor activa muchas de las mismas regiones del cerebro que activa la vista de un producto, incluida la vista del logotipo del producto. (Ej. al oler una rosquilla, además de olerla la imagina junto al logotipo de Dunkin' Donuts). "Como pueden ver nuestros sentidos son de vital importancia para ayudarnos a interpretar el mundo que nos rodea y desempeñan un papel crucial en nuestro comportamiento" cita Martin.

Bernd Herbert Schmitt, profesor alemán de negocios internacionales en el departamento de marketing en la Columbia Business School de la Universidad de Columbia en Nueva York precisa 4 aspectos esenciales diferentes que tiene el Marketing Sensorial del marketing tradicional, descritos a continuación:

➤ Enfoque en las experiencias del cliente

En contraste con el marketing tradicional, el marketing sensorial se centra en las experiencias del cliente. Las experiencias se producen como resultado de encontrar, pasar por o vivir determinadas situaciones. Las experiencias conectan también la empresa y la marca con la forma de vida del cliente y sitúan las acciones personales del cliente y la ocasión de compra en un contexto social más amplio, sustituyéndole al cliente los valores funcionales.³⁹

➤ Exámen de la situación de consumo

En contraste con el enfoque en unas categorías de producto y una competencia estrechamente definidas, los usuarios del marketing sensorial no piensan en champú o crema para afeitar. Más bien, piensan en "arreglarse en el cuarto de baño" y se preguntan qué productos encajan en esta situación de consumo y cómo estos productos, sus envases y su publicidad anterior al consumo pueden mejorar la experiencia de su uso".

Los profesionales del marketing experiencial, sensorial o emocional crean sinergias. Además, están vivamente interesados en el significado de la situación de consumo. Tal como apuntan Russell Belk, Melanie Wallendorf y John Sherry autores del libro „Collecting in a consumer culture" sobre el mercadeo y los comportamientos del consumidor, "los consumidores actuales definen ciertos

³⁹ Experiential marketing. Op. cit. p. 28.

objetos o experiencias de consumo como representación de algo más que los objetos corrientes que parecen ser”.

Bern recomienda a las compañías examinar la situación de consumo y esbozar de acuerdo con ella las fronteras de las categorías y la competencia equivale a un cambio radical en la forma de pensar sobre las oportunidades de mercado, un cambio que sitúa el pensamiento de marketing “por encima” y “hacia arriba”. Este tipo de pensamiento amplía el concepto de una categoría y examina el significado de la situación específica de consumo dentro de su más amplio contexto sociocultural (ir hacia arriba).

Para un profesional del marketing experiencial, McDonald’s compite contra cualquier otra forma de comida rápida.

➤ Los clientes son animales racionales y emocionales

Según Bern, para un profesional experimentado del marketing, los clientes son susceptibles a los impulsos emocionales tanto como a los racionales. Los clientes desean verse atendidos, estimulados, emocionalmente afectados y creativamente provocados.

➤ Los métodos y las herramientas son eclécticos.

El marketing sensorial no está vinculado a una ideología metodológica, es ecléctico. Use solamente aquello que sea más adecuado para conseguir buenas ideas. Sea indagador y deje para más tarde las preocupaciones por la fiabilidad, la validez y el seguimiento metodológico.⁴⁰

Concluyendo los 4 puntos distintivo que da Schmitt sobre el marketing experiencial, sensorial o emocional, es que éste se centra en las experiencias del consumidor, trata el consumo como una experiencia holística, reconoce los impulsores tanto racionales como emocionales del consumo y usa metodologías selectas.

⁴⁰ Brandsense. Op. cit. p. 38.

A su vez este profesional de Marketing Sensorial describe de la forma más breve e interesante los cinco tipos de experiencias del cliente que forman la base del marco del Marketing Experiencial.

Según él las Sensaciones es el primer tipo de experiencias que tiene el cliente; estas apelan a los sentidos con el objetivo de crear experiencias sensoriales a través de la vista, el oído, el gusto y el olfato. El marketing de sensaciones puede usarse para diferenciar empresas y productos, para motivar a los clientes y para añadir valor a los productos. También exige una comprensión de cómo conseguir un impacto sensorial.

En el segundo lugar continúan los sentimientos. El marketing de sentimientos apela a los sentimientos y emociones más internos de los clientes, con el objetivo de crear experiencias afectivas que vayan desde estados de ánimo ligeramente positivos vinculados a una marca hasta fuertes emociones de alegría y orgullo. La mayor parte del orgullo se produce durante el consumo. Por consiguiente, la publicidad emocional estándar, frecuentemente es inapropiada porque no se dirige a los sentimientos durante el consumo. Lo que se necesita para que el marketing de sentimientos funcione es una comprensión clara de qué estímulos pueden provocar ciertas emociones, así como la disposición del consumidor a emprender la toma de perspectiva y empatía.

El tercer tipo son los Pensamientos que apelan al intelecto con objeto de crear experiencias cognitivas que resuelvan problemas y que atraigan a los clientes creativamente. Los pensamientos apelan a la atracción del pensamiento convergente y divergente de los clientes por medio de la sorpresa, la intriga y la provocación. Las campañas de pensamientos son comunes para los nuevos productos tecnológicos, pero también se han usado en el diseño de productos, distribución minorista y en las comunicaciones de otros muchos sectores.

Y por último sitúa a las actuaciones, afectando a experiencias corporales, estilos de vida e interacciones. El marketing de actuaciones enriquece la vida de los clientes ampliando sus experiencias físicas, mostrándoles formas alternativas de hacer las cosas. Los cambios en estilos de vida frecuentemente son de naturaleza más motivadora, inspiradora y espontánea, y los ocasionan personas que sirven como modelos dignos de imitación.

Además de verse las Marcas beneficias con esta tendencia, los consumidores también tiene las de ganar.

¿Cómo beneficia el Marketing Sensorial al consumidor?

Leon Max Lenderman, físico y profesor universitario estadounidense galardonado con el Premio Nobel de Física del año 1988 y Raúl Sanchez, profesional en Marketing Industrial; en su libro Marketing Experiencial: La revolución de las marca, expone los beneficios que tiene el consumidor con el origen de esta tendencia de la mercadotecnia.

Esta pareja de expertos afirman que el marketing experiencial es una forma sencilla de que la marca se acerque a la gente. “La noción de marketing beneficioso es fundamental para el marketing experiencial por una sencilla razón: a la gente le gustan las experiencias positivas y significativas. Esta experiencia, la experiencia del consumidor, es el próximo campo de batalla de competitividad para los negocios. El consumidor no es un pelele y ya no es receptivo al marketing tradicional” cita Lenderman.⁴¹

Consumando la información contenida en el libro de esta pareja de gurús, una experiencia de marketing que no suponga un beneficio inherente para el consumidor, ya sea físico, emocional, intelectual o visceral, no es marketing experiencial. Es más ruido y saturación. Sumarse a la saturación solo servirá para alejar a la gente.

“Cuando existe un beneficio claro para el consumidor y es evidente e intencionado, un simple programa de “Juguete en la caja” puede transformarse en un golpe de Marketing Experiencial. En el corazón de la transformación hay un interés real de la empresa por proporcionar un beneficio a consumidor por medio del marketing que produce” dice Sánchez.

Krishna Aradnha también relaciona el beneficio del consumidor con otorgarle poder, satisfaciendo su deseo. Ella dice que el marketing experiencial finalmente tiene que ver con la autenticidad, las interacciones personales y el otorgar poder al consumidor individual, para así poder satisfacer el deseo de los consumidores mediante la promesa marcaria, a su vez se debe generar mensajes que se expresen no sólo en el lenguaje auditivo y visual (palabras e imágenes) sino también que incorpore el resto de las dimensiones sensoriales, la olfativa, la táctil y la gustativa, por esta razón a continuación se interpretara más a fondo la función de cada uno de los sentidos en el marketing experiencial.

⁴¹ LENDERMAN, Max y Sánchez, Raúl. Marketing experiencial: la revolución de las marcas. Madrid, España. 2008. ESIC EDITORIAL.

Krishna expone que en el área comercial por medio del sentido del tacto (encargado de la percepción de los estímulos que incluyen el contacto, la presión, la temperatura y el dolor. Su órgano sensorial es la piel) los consumidores pueden verificar lo que están comprando, percibir los materiales y las, lo cual les permite tener una primera percepción de la calidad del producto, este sentido se viene trabajando desde hace muchos años en el desarrollo de productos.

“El sentido de tacto al actuar con alguno de los otros sentidos genera experiencias multisensoriales, es decir experiencia con más de un sentido a la vez” cita Krishna en su artículo.

Pasando a otro importante sentido, está el sentido del olfato, el cual tiene gran influencia en la decisión de compra pues los olores se quedan por bastante tiempo en la memoria de los consumidores, usualmente se asocian con situaciones que se han percibido anteriormente convirtiéndose este sentido en uno de los más explorados desde el marketing sensorial. El sentido del olfato puede desempeñar un papel secundario en importancia en comparación con la visión o la audición, sin embargo, contribuye en gran medida a la calidad de la vida cotidiana.⁴²

Este es un sentido que funciona emocionalmente puesto que no entra a ser filtrado por el proceso racional de un individuo.

El sentido del oído tiene gran importancia en crear experiencias para los clientes, uno de estos caminos es la música. La música está relacionada directamente con los estados de ánimo y la generación de recuerdos a largo plazo, pueden producir emociones, sentimientos y experiencias en las personas y hacer que estas actúen de manera diferente en diversos ambientes dependiendo del tipo de música que esté sonando en el momento, evocando e influyendo en diversas actitudes que puede asumir el consumidor al ser expuesto a estímulos musicales. El sonido influye sobre la percepción del sabor y de la frescura del alimento, acorde con los investigadores Zampini y Spence.⁴³

La música adquiere cada vez más peso en el punto de venta, tanto en lo que respecta al tipo, como al ritmo o al volumen, pues afecta al estado de ánimo del

⁴² KRISHMA, Aradhna. Sensory Marketing: research on the sensuality of products. New York USA. 2010. Taylor & Francis Group.

⁴³ GAVILÁN, Diana, Abril Carmen, Serra Teresa. Marketing olfatorio: el olor de los deseos. Harvard Deusto. 2011. Marketing & Ventas. No. 103.

comprador. “Las secciones de moda joven están ambientadas con música de plena actualidad, mientras que en perfumerías y tiendas de complementos el fondo musical es más melodioso”.⁴⁴

El sentido de la vista es uno de los sentidos que más puede impactar en nuestra mente, facilitando la persuasión y generando gran capacidad de recordación. Es el sentido más estimulado desde el punto de vista del marketing con aplicaciones desde los empaques, los avisos comerciales, el diseño del punto de venta y las páginas web. Mediante éste se combinan los factores emocionales y racionales en la toma de decisiones de compra.⁴⁵

La vista es por tanto uno de los elementos fundamentales para informar al consumidor sobre las ofertas, promociones o características del producto. La señalización se apoya en los colores a la hora de diferenciar o identificar marcas y referencias, e incluso la iluminación permite un juego de rutas que guían a los clientes hacia las distintas secciones.

El sentido del gusto es el sentido menos explorado desde el marketing sensorial, puesto que hay muchos productos que no admiten ser “probados”. Es un sentido limitado al ámbito de la gastronomía en la selección de comidas y bebidas, las catas de vinos y cafés principalmente. Es un sentido muy personalizado en el que parte del objeto de análisis debe entrar en contacto con las papilas especializadas de la lengua; trabaja conjuntamente con el olfato, pues entre el 80% y el 90% del sabor procede del olor.⁴⁶

5.1.3 Marketing Olfativo. Según Iannini Maxi director comercial de la compañía Aromarketing de España, el marketing olfativo es una ciencia moderna consistente en utilizar aromas específicos en un entorno de negocio, con el fin de suscitar emociones y de esta manera influir sobre los comportamientos del consumidor y el ánimo de los empleados. A través de esta técnica se pretende alterar el factor más sensible del ser humano, el olfativo, ya que es un sentido comercialmente virgen que tiene la cualidad tener rápida asociación y mayor permanencia en la memoria.⁴⁷

⁴⁴ RESA, Sylvia. La compra de los sentidos [En línea]: Factores determinantes, estrategias, tendencias y expectativas. 2011 [Consultado 11 Octubre de 2012] Disponible en Internet: http://www.mercasa.es/noticias/post/la_compra_de_los_sentidos

⁴⁵ COSTA, J. La marca: creación, diseño y gestión. México. 2010. [Consultado: 16 Noviembre 2012]

⁴⁶ Marketing experiencial: la revolución de las marcas. Op. cit. p 43.

⁴⁷ Marketing olfativo, un valor diferencial. Op. cit. p. 21.

Los resultados de algunos estudios científicos recientes afirman que los aromas provocan potentes efectos en el comportamiento humano: pueden relajar, estimular, asustar, provocar, seducir, etc. En efecto, la memoria olfativa no se desvanece nunca y su fuerza depende de la importancia que ha tenido la situación en la cual el olor ha sido percibido en el proceso de aprendizaje de las personas.⁴⁸

El procesamiento cerebral de las percepciones olfativas reside en parte en el sistema límbico que controla las emociones, la conducta y el almacenamiento de la memoria. Por ello, para hacer vibrar las cuerdas del corazón los olores son más seguros que aquello que se ve o se oye. Diversos estudios de investigación afirman que recordamos el 1% de lo que palpamos, el 2% de lo que oímos, el 5% de lo que vemos, el 15% de lo que degustamos y el 35% de lo que olemos.⁴⁹

Linda B. Buck y Richard Axel, neurocientíficos y médicos estadounidenses, conocidos por sus trabajos de receptores olfatorios, en el año 2004 descubrieron que alrededor de mil genes son los que codifican el conjunto de receptores de membranas que reconocen a las diversas familias de sustancias odorantes, el estudio demostraba cómo las personas son capaces de distinguir entre los olores tan diferentes, con el cual ganaron el Premio Nobel de Fisiología y Medicina en este mismo año.⁵⁰

Buck y Axel encontraron que en el humano el número de genes funcionales relacionados con la olfacción es tan sólo de alrededor de 350, los cuales actúan de forma combinada para producir el amplio espectro de las sensaciones olfativas, que nos permiten distinguir alrededor de 10 mil olores diferentes desde el agradable aroma de una flor hasta el repugnante olor a pobredumbre. Estas moléculas receptores se localizan en las células del epitelio olfativo. Nuestra olfacción es relativamente restringida, sobre todo cuando lo comparamos con la de otros animales, algunos de los cuales son capaces de distinguir una gama de olores mucho mayor y detectar odorantes en concentraciones menores. A pesar de ello, nuestra olfacción es poderosa y permite la existencia de profesiones como la de enólogo o perfumista.

⁴⁸ QUIRÓZ, Luis Diego. Revista Summa [En línea]: Con olfato para los negocios. 2012 [Consultado 16 Octubre de 2012] Disponible en Internet: <http://www.revistasumma.com/edicion-impres/edicion-215/24488-con-olfato-para-los-negocios.html>

⁴⁹ ÁLVAREZ, Del Blanco y Roberto, Branding hoy: estrategias que funcionan. Marca multisensorial, espléndidamente lúcida. 2011. Pp26 a 33. Harvard Deusto. Marketing & Ventas. No 106.

⁵⁰ Neuromarketing: The New Science of Consumer Behavior. Op. cit. p. 19.

Según la Dra. Calvert fundadora y directora general de Neurosense Limited, uno de los más fuertes establecimientos de Neurociencias aplicadas en el mundo y las compañías de Neuromarketing, estos comportamientos de cuando vemos y olemos algo que nos agrada de manera simultánea se debe a que varias regiones del cerebro se activan, entre ellas está la corteza orbifrontal interna derecha, una región asociada con la percepción de las cosas agradables o placenteras. Por el contrario, cuando hay poca concordancia entre una marca y una fragancia, se activa la corteza orbifrontal externa izquierda, una región al cerebro conectada con la aversión y repulsión. Cuando los individuos se ven expuestos a olores agradables se activan al tiempo la corteza piriforme derecha (centro principal del olfato) y la amígdala (la cual codifica los estímulos de pertinencia emocional), provocando que además de que el individuo la perciba como placentera, haya más probabilidad de que recuerde la marca y su odótipo. También se concluyó en el experimento que el olor activa muchas de las mismas regiones del cerebro que activa la vista de un producto, incluida la vista del logotipo del producto. (Ej. al oler una rosquilla, además de olerla la imagina junto al logotipo de Dunkin' Donuts).⁵¹

Catherine Lange graduada en Ciencias Humanas de la Universidad de Londres (UCL) con maestría en Ciencias de Producción de Medios en su artículo Exquisito Sentido, publicado en el año 2011, habla acerca de los rumores existente en el olfato del ser humano, el cual lo creen menos trascendental que el de los perros, "Después de todo, la nariz del perro son reconocidos por su sensibilidad a los olores, mientras que la nariz humana es pobre en comparación. Sin embargo, eso podría ser un error."⁵²

Los centros olfativos del cerebro están íntimamente ligados a su sistema límbico, que está involucrado con la emoción, el miedo y la memoria. Esto sugiere una relación entre el olor y la forma de pensar." Basándonos en lo anterior es innegable que el olor puede influir en nuestras habilidades cognitivas, el aroma estimula áreas del cerebro relacionadas con las emociones, provocando que los consumidores tomen sus decisiones (incluidas las de compra) basándose más en lo emocional que lo racional.

Los olores también parecen dirigir la atención visual, y puede jugar un papel clave en la consolidación de los recuerdos. Por medio de una serie de experimentos

⁵¹ Neuromarketing science and business association [En línea]: Neurosense, Leaders in Applied Neuroscience. 2013 [Consultado 11 de Enero de 2013]. Disponible en: http://www.neurosense.com/case_studies.html

⁵² Exquisite Sense. Op. cit. p. 24.

realizados por Neurólogos y expertos en la nueva tendencia del Aromarketing, Lange sustenta que el olor puede influir en las habilidades cognitivas y puede jugar un papel clave en la consolidación de los recuerdos. Experimento 1: "Se encontró que la nariz es mucho más sensible que lo que su reputación sugería. Un estudio, por ejemplo, encontró que puede detectar ciertos productos químicos diluidos en agua a una distancia de al menos mil millones de centímetros. Esto significa que una persona puede detectar sólo unas cuantas gotas de un olor fuerte como el etil mercaptano en una piscina de tamaño olímpico."

Según un estudio realizado en el 2011 por William Overman, se encontró que cuando los hombres fueron sometidos a un nuevo olor - ya sea bueno o malo - durante una tarea de negocios, utilizada para poner a prueba las habilidades de toma de decisiones, rindieron significativamente peor de lo normal. Los investigadores concluyen que el aroma estimula áreas del cerebro relacionadas con las emociones, tomando sus decisiones más de forma emocional que racional⁵³.

Los olores también parecen dirigir nuestra atención visual, y pueden jugar un papel clave en la consolidación de los recuerdos. En el artículo se aprecia otro tema muy importante basado en el olor del sudor de las personas: "La respuesta vino de la naturaleza. Las ratas son conocidos por ser capaz de oler el miedo del otro, lo que la lleva a "asustarse" si se coloca en una jaula vacía en la que otra rata ha visto un depredador. Mujica-Parodi, directora del Laboratorio de Neurodiagnosticos Computacional, descubrió que los humanos podrían hacer lo mismo. Para probar la idea, su equipo tomó muestras de sudor de la gente que hace un salto en paracaídas por primera vez. Cuando se presentaron las muestras en un escáner fMRI, vieron la activación de la amígdala - el área del cerebro que normalmente se enciende en los estudios de la emoción. Esto no ocurrió cuando las muestras de sudor venían de los mismos paracaidistas.

El olor del miedo puede ser una de las muchas señales olfativas emitidas por el cuerpo humano. Otro estudio del año 2011, realizado por Yaara Yeshurun en el Instituto Weizmann en Rehovot, Israel, y su equipo encontraron que el olor imperceptible de las lágrimas de las mujeres disminuye la excitación sexual en los hombres. ⁵⁴"Es una manera de dar poder a las mujeres, para que los hombres sean menos atraídos por ellas".

⁵³ Buyology: truth and lies about why we buy. Op. cit. p. 21

⁵⁴ Tendencias Científicas [En línea]: Los olores del cuerpo forman parte de la comunicación humana. Yaiza Martínez. 2012. [Consultado 15 Diciembre de 2012] Disponible en internet: http://www.tendencias21.net/Los-olores-del-cuerpo-forman-parte-de-la-comunicacion-humana_a14107.html

En 2009, Yeshurun encontró que la relación entre la memoria y el olor es más fuerte si el olor es desagradable en lugar de uno agradable, lo cual tiene sentido desde una perspectiva evolutiva. Ella también descubrió que la primera vez que asociamos un olor con un objeto, evoca una respuesta mucho mayor en el cerebro que en cualquier encuentro posterior con el olor o el objeto, el cual establece bases más sólidas para la memoria. Eso no sucede con ningún otro sentido. Desde aquellos primeros encuentros con un olor que haya ocurrido a una edad temprana, puede explicar por qué ciertos olores a menudo nos transportan de nuevo a nuestra infancia.

Enrique Soto Eguibar médico cirujano y miembro de la Academia Nacional de Medicina y Ciencias en sus diversas investigaciones de los aromas y el cerebro, resalta la importancia y el poder de la olfacción colocando de ejemplo los vuelos espaciales, en los cuales el aspecto que más se debe cuidar es el de los olores que pueden producirse por la comida o por la actividad intestinal de los cosmonautas. Ya que los malos olores pueden disipar conductas impredecibles y aumentar notablemente el nivel de agresividad de los astronautas. El sistema olfativo es el único que envía señales al sistema nervioso de forma directa. El resto de los órganos sensoriales hacen todos un revelo a nivel del tálamo.⁵⁵

5.1.3.1 Marketing Olfativo: Beneficios. Aplicar estrategias de Marketing Olfativo en el área comercial, puede llegar a beneficiar una organización en un punto máximo, y no sólo en el área comercial, sino también laboral.

A continuación basada en declaraciones e investigaciones de Maxi Iannini, Director General de la compañía Marketing Olfativo, se darán a conocer los diversos beneficios que tiene aplicar una buena estrategia de Marketing Sensorial de tipo olfativo, que van desde el posicionamiento de marca, preferencia de marca, aumento de ventas hasta un mayor rendimiento laboral de sus colaboradores.

⁵⁵ Eguibar, E. 'LOS AROMAS Y EL CEREBRO. OLFATEO, LUEGO ENTONCES, deseo. 2008. Metapolítica, Vol 12, 59, p. 47-52, Fuente Académica Premier, EBSCOhost.

Ventajas que tiene aplicar estrategias de mercadeo olfativo en el comercio

Cuadro 1. Beneficios de aplicar estrategias de Marketing laboral en el punto de venta

A.	Los clientes permanecen más tiempo en el establecimiento, atraídos por el agradable ambiente que produce un espacio perfumado.
B.	Tienen una experiencia única, pues se trata de una técnica hasta ahora poco explotada en el ámbito comercial español.
C.	Volverán al establecimiento en la búsqueda de ese aroma que trae buenos momentos a la memoria.
D.	Perciben los productos de manera positiva. Los aromas influyen en su decisión de compra, lo que incide de forma directa en los resultados de las empresas.
E.	Si el aroma es único, identificarán el establecimiento con él y lo recordarán cada vez que lo huelan, de manera que siempre percibirán la marca de manera positiva. Asociarán el aroma al establecimiento y a los productos que comercializa.
F.	Hablarán bien del establecimiento a otros clientes, lo que ayudará a incrementar el flujo de visitas al local.

Fuente: Iannini, M. 'Marketing olfativo, un valor diferencial. 2010.

En el entorno laboral aplicar estrategias de mercadeo sensorial olfativo también tiene sus beneficios:

Cuadro 2. Beneficios de aplicar estrategias de Marketing Olfativo en el entorno laboral

A	Aumenta la atención de los trabajadores y mejora su concentración mental. Se crea así una atmósfera de trabajo muy positiva sin que éstos lo perciban de forma directa como una acción de la empresa.
B	Incrementa su productividad gracias a una mayor capacidad de concentración motivada por la sensación de bienestar.
C	Reduce el estrés, la fatiga y la ansiedad, con lo que se obtiene un mayor rendimiento de cada empleado.

Cuadro 2. (Continuación)

D	Diversas pruebas han demostrado que al aromatizar el ambiente laboral, los errores de los trabajadores se reducen un 21% y la productividad aumenta un 14%.
---	---

Fuente: Iannini, M. Marketing olfativo, un valor diferencial. 2010

5.1.3.2 Tipo de Aromas. Existen 3 tipos de aromas según el experto en aromas, Iannini Maxi.⁵⁶

- Identificativos, denominados también odótipos o logos olfativos. Se desarrollan en función del briefing de una empresa con el objeto de que los clientes los incorporen en su mente y los asocien al logo de imagen y color. Son aromas identificativos de la marca, ya que ésta siempre será recordada por ese olor que ha sido creado en exclusiva para ese producto o servicio; por ejemplo, un aroma corporativo elaborado para un banco.
- Asociativos: sin ser directamente identificativos de una marca o empresa se han seleccionado por existir una asociación subjetiva con la actividad comercial, como por ejemplo el aroma a chicle en las tiendas de niños. El objetivo es determinar un aroma que genere una percepción positiva con el objeto de movilizar las ventas y la satisfacción del cliente. Es el caso del olor a palomitas de maíz en cines o el aroma a bronceador en agencias de viajes.
- Reproductivos: reproducen con exactitud la esencia del producto en cuestión e incluso lo mejoran para potenciar su consumo.

5.1.3.3 Los aromas y sus efectos en las personas. Iannini Maxi, Director comercial de la compañía Aromarketing España, basado en toda su experiencia e investigaciones afirma el sentido más sensible del ser humano es el olfativo, ya que es un sentido comercialmente virgen que tiene la cualidad de ser de rápida asociación y el de mayor permanencia en la memoria, por este motivo asegura que los aromas provocan potentes efectos en el comportamiento humano: pueden relajar, estimular, asustar, provocar, seducir.

⁵⁶ Un valor diferencial. Op. cit. p. 21.

A continuación se expondrán algunos aromas y sus efectos en las personas.

Cuadro 3. Aromas y su Significado

Ámbar	Transmite energía y fuera
Azahar	Transmite alegría, felicidad, aleja preocupaciones y pensamientos negativos.
Bergamota	Estimula una sensación de amor, ternura y paz interior.
Canela	Ayuda al esclarecimiento de las ideas y meditación.
Coco	Se vincula con la sensación de alegría y del placer sexual.
Café Aroma estimulante:	Se vincula con lo familiar y con la amistad.
Chocolate	Aroma que transmite sensualidad, felicidad y optimismo.
Durazno	Aroma que transmite relax y tranquilidad.
Frutas	Neutraliza la negatividad y estimula el optimismo.
Citronela (Floral)	Ayuda a la autoestima y a sentirnos mejor.
Flores de la india	Aroma especial para encantar o seducir.
Gardenia	Genera bienestar y ayuda a inhibir los problemas.
Geranio	Elimina la negatividad.
Incienso	Apto para los ambientes zen, transmite serenidad y tranquilidad.
Hierva	Transmite salud física y psíquica, evoca recuerdos pasados.
Jazmín	Neutraliza la envidia, despeja la negatividad y ayuda a levantar el ánimo.
Lavanda	Evoca ambientes hogareños, familiares y de amistad. Aleja el miedo.
Limón	Actúa como depurador ambiental y corporal.
Talco	Transmite ternura, amor y felicidad.
Manzana	Propicio para la salud, genera bienestar y alivia dolores físicos.
Menta	Aleja la soledad interior y depura los ambientes cargados.
Melón	Especial para concretar proyectos. Transmite seguridad y positividad.
Miel	Estimula la sensibilidad, la bondad y paz. Facilita la unión de pareja.
Madera	Evoca recuerdos de la niñez.
Naranja	Transmite tranquilidad, amor y facilita el entendimiento.
Pino	Depura el ambiente vaciado, evoca limpieza y frescor.

Cuadro 3. (Continuación)

Rosa	Estimula la generosidad, fraternidad y la cordialidad familiar.
Romero	Eficaz contra el cansancio mental y la mala memoria.
Tila	Especial para despejar ambientes cargados de tensión. Transmite tranquilidad.
Tutti-fruti	Aleja la inseguridad.
Vainilla	Especial para encantar o seducir. Transmite seguridad y alegría.

Fuente: Díaz López, Carmen María. MARKETING OLFATIVO ¿Qué olor tienes en mente? [En línea]. 2013.⁵⁷

5.1.4 Proceso de cognición. Para Ulric Neisser psicólogo germano-estadounidense, los procesos de cognición comprenden cómo se desarrolla los procesos mentales, tales como, percepción, atención, memoria, lenguaje, razonamiento y solución de problemas, conceptos y categorías, representaciones, aprendizaje y conciencia de los seres humanos, tratando de explicar lo que pasa en su mundo interior.⁵⁸

Se entiende por cognición:

- Conjunto de procesos mentales que tienen lugar entre la recepción de estímulos y la respuesta a éstos.
- Funciones complejas que operan sobre las representaciones perceptivas o recuperadas de la memoria a largo plazo.

Corresponden a las estructuras mentales organizadoras que influyen en la interpretación de la información, influyendo en la configuración con la que se fija y evoca la información en la memoria de largo plazo determinando en parte la respuesta conductual.

⁵⁷ DÍAZ López, Carmen María. Marketing olfativo ¿Qué olor tienes en mente? [En línea]. 2013. [Consultado 4 de febrero de 2013] Disponible en Internet:

https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/2828/071440718G_GADE_julio13.pdf?sequence=1

⁵⁸ Reeduca [En línea] Psicología Cognitiva: Inicios Cognitivismo. Ulric Neisser 2009. [Consultado 14 de noviembre de 2013] Disponible en Internet: <http://reeduca.com/psicologia-cognitiva-cognitivismo.aspx>

Son procesos estructurales inconscientes que derivan de experiencias del pasado, facilitan la interpretación de estímulos y afectan la dirección de conductas futuras, existiendo esquemas para distintas situaciones.

Los principales procesos cognitivos inherentes a la naturaleza humana maduran de manera ordenada en el desarrollo humano y las experiencias pueden acelerar o retardar el momento que estos hagan su aparición, llevando finalmente al complejo proceso denominado Aprendizaje.⁵⁹

Según Paul Rozin, miembro del departamento de psicología de la Universidad de Pennsylvania, el cerebro es una colección de sistemas diseñada para cumplir funciones que contribuyen a potenciar el éxito reproductivo, su meta primordial. Este psicólogo afirma que es posible considerar la inteligencia como un fenotipo e identificar la multitud de subprogramas que contribuye a una determinada pericia, se puede postular que la cognición humana es un fenotipo e identificar subprogramas que configuren las características de la actividad cerebral.

Desde la psicología se han descrito una serie de etapas interdependientes que definen diferentes momentos del procesamiento de la información, las cuales han sido agrupadas teniendo en cuenta las características y el nivel del proceso en:

Procesos cognitivos básicos y procesos cognitivos superiores.

❖ Procesos cognitivos básicos

Los procesos cognitivos básicos se hallan en los niveles más iniciales del procesamiento de la información, en este grupo se encuentran:

- Memoria: Es el proceso a través del cual se codifica la información de manera tal que pueda ser representada mentalmente, almacenarse por un periodo de tiempo y posteriormente recuperarse.
- Percepción: La percepción es el proceso cognitivo básico en cual interpreta la información que es recibida a través de los sentidos
- Atención: Este proceso puede definirse como la selección de uno o varios estímulos, sobre los cuales se dirige la conciencia, suele distinguirse entre

⁵⁹ GALLEGU, M. Soledad y GOROSTQGUI, Maria Elene. Procesos cognitivos [En línea]. 2009 [Consultado 6 febrero de 2013] Disponible en Internet: <http://www.reocities.com/sicotema/1190494636.pdf>

atención selectiva, cuando se focaliza en un objeto y excluye a los demás estímulos y sostenida, referente al tiempo que puede mantener la atención dirigida a un objeto.

❖ Procesos cognitivos superiores

Reúnen formas de pensamiento altamente mediadas por la actividad intelectual y el trabajo autónomo:

- **Razonamiento:** El razonamiento se ha definido como el proceso que nos permite extraer conclusiones a partir de premisas o acontecimientos dados previamente y se ha categorizado en razonamiento deductivo y razonamiento inductivo, el primero supone que la conclusión se infiere necesariamente a partir de las premisas y por tanto la verdad de la conclusión depende de la verdad de las premisas, a diferencia de éste, el razonamiento inductivo sólo obtendrá conclusiones probables, dado que se refiere a un proceso de generalización a partir de situaciones concretas que hacen verdadera la conclusión.

5.1.5 La memoria y el olfato. Según Simon Seymour, el escritor más prolífico de libros de ciencia, el cerebro humano es el centro del sistema nervioso, encerrado en el cráneo, tiene la misma estructura general que los cerebros de otros mamíferos, pero es más de tres veces mayor que el cerebro de otros mamíferos con un tamaño corporal equivalente. La mayor parte la constituye la corteza cerebral, una capa de tejido neuronal plegado que cubre la superficie del prosencéfalo. Especialmente amplios son los lóbulos frontales, que están asociados con funciones ejecutivas, tales como el autocontrol, la planificación, el razonamiento y el pensamiento abstracto. La parte del cerebro asociada a la visión está también muy agrandada en los seres humanos.⁶⁰

Simón atribuye al cerebro humano una gran cantidad de tareas, de manera general afirma que se encarga tanto de regular y mantener las funciones del cuerpo como de ser el órgano donde reside la mente y la conciencia del individuo.

Simón dice que es en el cerebro donde se estrecha la relación entre el olfato y las emociones, ya que ésta estrecha relación está dada por la interconexión de las regiones cerebrales implicadas en el procesamiento de ambas sensaciones,

⁶⁰ SEYMOUR, Simon. The Brain. HarperTrophy. 1999. [Consultado 7 de enero de 2013]

siendo el sistema límbico -y en especial la amígdala- el centro integrador por excelencia.

En estudios de imágenes cerebrales se ha evidenciado que la amígdala se activa inmediatamente ante una percepción olfativa, acción que no se ha observado al estudiar a los otros cuatro sentidos.

Según estudios realizados en el Hospital "Sfanta Maria" de Rumania, las áreas cerebrales de integración de las sensaciones olfatorias son muy extensas en el ser humano y se conectan de manera importante con las regiones que procesan a la memoria, al lenguaje y que desencadenan acciones involuntarias de respuesta emocional.⁶¹

Si bien en los seres humanos, explica la Dra. Dorin Sarafoleanu (Rumania), el olfato no cumple una función vital y única en el reconocimiento de objetos y semejantes, sí cumpliría un papel primordial en la modulación de su comportamiento social y afectivo, definiendo inconscientemente sus relaciones íntimas y su atracción a ciertos grupos de personas.

Otros científicos, como es el caso de Zhou Chend de la Universidad Rice (Houston, Estados Unidos), consideran que el sentido del olfato y las emociones involucran dos procesos cerebrales diferentes pero que anatómicamente las áreas involucradas se superponen, posibilitándose de ese modo una intensa interconexión y la influencia de un sistema sobre el otro.

Chend orientó sus investigaciones al reconocimiento químico-sensorial interhumano como una de las formas más esenciales de comunicación social, junto al reconocimiento visual y cognitivo emocional. Los resultados de sus observaciones confirmaron una vez más la existencia de una relación estrecha entre el sentido del olfato y los procesos emocionales.

La Dra. Rachel Herz, experta en la psicología involucrada en el sentido del olfato, y autora del libro "The Scent of Desire" ("El Perfume del Deseo"), ejecutó, un experimento mediante el cual solicitó a diversas personas que expresaran las memorias asociadas a la estimulación particular de cada uno de sus cinco

⁶¹ BEDINI, Silva. El sentido del olfato y su relación con las emociones. [En línea]. 2010
[Consultado: 16 Noviembre 2012] Disponible en Internet: <http://suite101.net/article/el-sentido-del-olfato-y-su-relacion-con-las-emociones-a19918>

sentidos, utilizando un mismo y único objeto (por ejemplo, cierta fruta o comida); y observó que si bien todos los sentidos funcionaron como un canal para la recolección de datos desde la memoria, únicamente el sentido del olfato trajo consigo las emociones asociadas a ese objeto y memoria en particular. Esto demostró nuevamente que sólo ante la percepción olorosa la amígdala (parte del sistema límbico) se activa de manera instantánea.

La Dra. Herz destaca que las emociones asociadas a un olor o perfume pueden variar con el tiempo de acuerdo a las experiencias o circunstancias que se sumen a esa primera percepción. Por lo tanto un perfume que en sus comienzos hubiese recuperado una sensación placentera, de relacionarse posteriormente a un evento negativo, ya no generaría placer sino tensión o angustia al ser reencontrado.

Las emociones evocadas se relacionarían con el sentimiento presente hacia la situación asociada en el pasado a dicha fragancia. Según la Dra. Herz está claro que los demás sentidos también evocan recuerdos pero nunca pero nunca con la intensidad y emocionalidad que sucede con el olfato.⁶²

Trygg Engen, investigadora pionera del sentido del olfato (Universidad de Brown, Estados Unidos) evidenció que si bien las memorias olfativas permanecen intactas en nuestro cerebro, de ser necesaria su descripción, el lenguaje no sería una herramienta adecuada. La "imagen a describir" debiera asociar a la memoria olfativa una imagen visual para así provocar una estimulación directa de las zonas implicadas en su memoria. Si se tratara de recordar una fragancia en su ausencia, no se generaría tal activación.

Lo mismo pasaría cuando dormimos: el sentido del olfato no suele participar en las sensaciones implicadas en los sueños. No se conoce aún la razón por la cual necesitamos estar despiertos y reencontrarnos con un aroma para poder desencadenar su recuerdo emotivo. Será cuestión de esperar nuevos estudios y resultados al respecto.⁶³

Nuestro sentido del olfato, según Trygg Engen, juega un papel muy importante en la adaptación humana al medio ambiente a través del control de olores. El olfato aprende mediante la experiencia y los resultados, Engen dice que es el sistema de memoria el que permite a los individuos procesar y clasificar los olores. Hay

⁶² Ibíd. Disponible en Internet: <http://suite101.net/article/el-sentido-del-olfato-y-su-relacion-con-las-emociones-a19918>

⁶³ ENGEN, Trygg. Odor sensation and memory. 1991.

una relación estrecha entre un individuo, un olor y el ambiente para encontrar más fácilmente una reacción de placer o aversión a algo, que con los otros sentidos. Cuando en futuras ocasiones se presentan los mismos o similares olores, la memoria trae de vuelta la experiencia temprana y afecta directamente a la reacción en los estímulos nuevos.

La emocionalidad de las personas se asocia fuertemente a aquello que huelen y su memoria establece la conexión futura a nivel del cerebro, desde aquellos centros que procesan y/o interconectan a los sistemas de percepción sensorial y de creación de emociones.

5.1.5.1 Fases de la memoria. La memoria se compone de 3 fases básicas.

- El registro o codificación
- El almacenamiento de la información
- La evocación

El registro o codificación se refiere a la estrategia cognoscitiva que usamos con la información que llega a nuestro cerebro. Estas estrategias cognoscitivas según el Dr. Alfredo Ardila, ganador del premio CNC en Neurociencia Latinoamericana 2012, pueden implicar el análisis, síntesis, categorización y la relación con información previa, por lo tanto la codificación de la memoria es el proceso que media entre la experiencia de un evento y el almacenamiento de la misma.⁶⁴

En la forma en que se codifique la información influye en la duración de su retención. Por ejemplo, se ha comprobado que las sílabas con significado se retienen con más facilidad que las sílabas sin significado.⁶⁵

La codificación explica en parte, porqué unos eventos se recuerdan y otros no. Micheal D Ruug profesor e investigador de la Universidad de St. Andrews, piensa que la codificación de la memoria es afectada por muchos factores, pero asegura que un evento es más probable que se recuerde si:⁶⁶

⁶⁴ ARDILA, A. y MORENO-BENAVIDES, C. (1979). Aspectos Biológicos de la Memoria y el Aprendizaje. México, D. F.

⁶⁵ SALMON, D.P. y BUTTERS, N. Recent Developments in Learning and Memory: Implications for the Rehabilitation of the Amnesic Patient En M.J. Meier, 1997. A.L. Benton y L. Diller (Editores): Neuropsychological Rehabilitation, (pp. 280-293). Nueva York: Guilford Press.

⁶⁶ RUGG, M.D. Memories are Made of This. 1998. Science, 28, 1151-1152.

- Se le pone toda la atención, si la atención no es dividida ni parcial.
- Si esa atención es dirigida a su significado, más que los atributos físicos superficiales del estímulo.

Se ha estudiado la codificación de la memoria en experimentos usando la técnica de imagen por resonancia magnética nuclear (IRMf). Esta técnica determina la actividad neuronal midiendo el nivel de oxigenación sanguínea del cerebro. Brewer y Col, científicos estadounidenses, usando esta técnica les presentaron a varias personas, fotos de exteriores e interiores, con la única consigna de que determinaran si las fotos eran de exteriores o interiores. Durante esta tarea las imágenes de IRMf mostraron una activación en las siguientes estructuras cerebrales: región dorsolateral frontal, tálamo, giro del cíngulo, núcleo caudado, corteza parahipocampal y área del sistema visual. Sin decirles nada a los sujetos, 30 minutos después, Brewer y sus colaboradores presentaron las mismas fotos junto con 32 nuevas fotos más, y se les pidió que reconocieran cuales fotos habían sido presentadas anteriormente. Hubo fotos que sí reconocieron, también fotos que sólo les parecieron algo conocidas pero que no estaban seguros de haberlas visto antes, y otras que definitivamente no reconocieron. Ellos encontraron una correlación positiva entre las fotos que sí recordaron y la activación de la región frontal derecha y la corteza parahipocampal bilateral. La activación de estas áreas cerebrales fue menor durante la presentación de fotos que les parecieron conocidas pero que no reconocieron, y todavía menor en las fotos no recordadas. De esta forma los autores concluyen que la corteza prefrontal y la región parahipocampal juegan un papel muy importante en la codificación de la memoria y en la probabilidad de que se pueda recordar ulteriormente. Estos hallazgos fueron confirmados por Wagner y col.⁶⁷

Almacenamiento de la información, se refiere a la retención de la información en los diferentes sistemas de memoria. En cuanto a la temporalidad o duración del almacenamiento se ha descrito a la memoria a corto plazo y memoria a largo plazo. En lo que se refiere a las características propias de la información almacenada encontramos a la memoria visual, auditiva, kinestésica, espacial, emocional y semántica.⁶⁸

Evocación, se refiere a los mecanismos y estrategias de recuperación de la información que se encuentran en los sistemas de almacenamiento del cerebro. Ahora se sabe que el lóbulo frontal es muy importante en el proceso de la

⁶⁷ BREWER, J. D., ZHAO, Z., DESMOND, J. E., GLOVER, G. H. y Gabrieli, J. D. E. (1998). Making Memories: Brain Activity that Predicts How Well Visual Experience Will be Remembered. *Science*, 281, 1185-1187.

⁶⁸ LEDOUX J.E. Emotion, Memory and the Brain. *Scientific American* (Edición especial). 1997

evocación, y que cualquier daño en esta región afecta el proceso de recuperación selectiva de la información.

5.1.6 El Olvido. Se olvida lo que no tiene utilidad o es disfuncional para la actividad actual. Jenkins y Dallenbach, psicólogos americanos, en sus investigaciones sobre el olvido, postulan que la pérdida de memoria no depende sólo del tiempo, sino también de la actividad desarrollada en el intervalo entre el aprendizaje y la prueba, en especial, el efecto del sueño: se olvida menos si la actividad interpuesta es el sueño. Es decir que la interferencia es la causa principal del olvido.

La formación de la memoria no es algo que ocurre de forma inmediata, requiere un cierto tiempo, es lo que se conoce como período de consolidación. Durante esta etapa, el proceso es muy susceptible de sufrir posibles interferencias que dificultarían o alterarían el normal almacenamiento de la información.⁶⁹

El Hipocampo parece ser una estructura fundamental en este proceso de consolidación ya que se sabe que es necesario para el almacenamiento amnésico sólo por un período determinado de tiempo. Después del aprendizaje, posteriormente, se desarrolla una memoria permanente que ya no depende del Hipocampo, así lo afirman Stuart Zola-Morgan y Larry R. Squire, profesores parte del departamento de psicología de la Universidad de Iowa en Estados Unidos.⁷⁰

Cuando se adquiere una información esta se representa en la memoria a corto plazo gracias a algún proceso que requiere actividad neural continua. Sin embargo, luego debe producirse otro proceso más permanente que preserve esta información en la memoria a largo plazo. Muchos estudios experimentales como el de Fride, Ben-or y Allweis, soportan la hipótesis de que la síntesis de proteínas es necesaria para la consolidación de la memoria a largo plazo.⁷¹

Durante mucho tiempo se pensó que la información que se guardaba en los almacenes de memoria iba perdiéndose con el paso del tiempo. Se creía que el olvido estaba provocado por la progresiva debilitación o extinción de las huellas a

⁶⁹ GARCÍA Moreno, Luis Miguel. Memoria y Olfato: Interferencias Funcionales [En línea]. 1992. [Consultado 7 enero 2013? Disponible en Internet: <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19911996/S/4/S4003901.pdf>

⁷⁰ ZOLA-MORGAN, SQUIRE, L.R. y MISHKIN, M. (1.982): "The neuroanatomy of amnesia: Amygdala-hippocampus versus temporal stem" en Science. 218: 1337-1339.

⁷¹ FRIDE, E.; BEN-OR, 5. y ALWEIS, C. (1.989): Mitochondrial protein synthesis may be involved in long-term memory formation" en Pharmacology, Biochemistry and Behavior. 32: 873-878.

causa del paso del tiempo y de la falta de uso de esa información. La curva de olvido establecida por Ebbinghaus se basaba en este principio.⁷²

Se observó que el paso del tiempo no afectaba por igual a la información almacenada en un mismo momento, por lo que el psicólogo y neurocientífico Alan D. Baddeley, llegó a la conclusión de que el mero paso del tiempo no era el que provocaba el olvido.⁷³

McGeoch planteó que el olvido estaba provocado por la interferencia de las actividades ocurridas entre el momento del aprendizaje y el momento del recuerdo. No obstante, la interferencia puede deberse también a situaciones o eventos anteriores al momento de aprendizaje. Estas interferencias provocarían un proceso activo de bloqueo o inhibición de las huellas de memoria dificultando su accesibilidad.⁷⁴

La interferencia generada por estas actividades o eventos ajenos al aprendizaje puede ser de dos tipos; interferencia proactiva, la causada por eventos previos al aprendizaje e interferencia retroactiva, la provocada por eventos posteriores.

La interferencia o inhibición proactiva acontece cuando una huella reciente se ve bloqueada o alterada por una huella más antigua. En el caso de la interferencia retroactiva, es la huella más antigua la que se ve desplazada por una huella más reciente.

5.1.7 Anatomía del Sistema Olfatorio. La anatomía del sistema olfatorio es bastante parecida en todos los vertebrados. El sentido del olfato humano es 10 mil veces más sensible que cualquier otro de nuestros sentidos, y es el único lugar donde el sistema nervioso central está directamente expuesto al ambiente. Otros sentidos similares, tales como el tacto y el gusto, deben viajar por el cuerpo

⁷² EBBINGHAUS, H. (1.885): *Über das Gedächtnis*. Leipzig. Duncker y Humblot. Versión inglesa de H.A. Ruger y C.E. Bussenius (1.964): *Memory*. Nueva York. Dover Publications, Inc.

⁷³ BADDELEY, A. (1.982): *Your Memory*. Sidgwick y Jackson. Versión en castellano de F. Rodríguez de Lecea y Viso Pavón (1.984): *Su memoria: Como conocerla y dominarla*. Madrid.

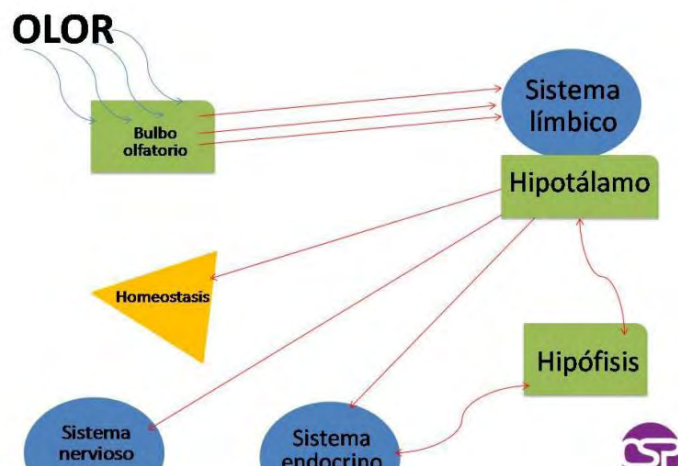
⁷⁴ MCGEOCH, J.A. (1.932): "Forgetting and the law of disuse" en *Psychological Review*. 39: 352-370.

a través de las neuronas y la médula espinal antes de llegar al cerebro, mientras que la respuesta olfatoria es inmediata y se extiende directamente al cerebro.⁷⁵

Recientes investigaciones indican que el olor estimula el sistema nervioso central, el cual modifica el estado de ánimo, la memoria, las emociones, el sistema inmunitario y el sistema endocrino; repercute en la elección de pareja, e incluso la percepción de ciertos olores puede indicar algún problema de salud. Por ejemplo, el olor a cloro en secreciones corporales como el sudor podría estar indicando que hay problemas en el riñón o el hígado, mientras que el olor afrutado del cuerpo a menudo apunta a la diabetes.

También un trastorno genético llamado trimetilaminuria hace que la persona produzca un olor corporal a pescado. Ante lo ya mencionado, es importante divulgar y analizar el desconocido pero interesante sentido del olfato y su relación con nuestro sistema nervioso.⁷⁶

Figura 2. Fundamentación del Olfato



Fuente: Common Sense Production. Disponible en:
<http://www.commonsenseproductions.nl/scripts/es/scripts->

⁷⁵ MALDONADO Saavedra, Octavio. Gutiérrez Fragoso, Karina. Lobato Tapia, Carlos A. Herrera Rivero, Marisol y Enrique Méndez Bolaina. El sistema olfatorio: el sentido de los olores, revista de divulgación científica y tecnológica de la universidad veracruzana. 2012. Volumen XXV.

⁷⁶ Memoria y Olfato: Interferencias Funcionales. Op. cit. p. 60.

Los sentidos son los motores de la experiencia. De los cinco sentidos, el olfato es el más fuerte al nacer y paradójicamente el más olvidado por los negocios. Los olores a los que estamos expuestos, determinan el 70% de nuestras emociones.

El olfato distingue entre más de 10.000 aromas. Una persona respira más de 23.000 veces al día. El olfato es el único receptor sensorial que está directamente conectado con nuestras emociones y memoria. Por lo tanto, si estimulamos el olfato, podemos trabajar conscientemente con las emociones, sentimientos y bienestar de nuestro público, por esto es un sentido muy importante.

Por lo tanto los malos olores despiertan emociones negativas y los buenos olores nos permiten intervenir en la estimulación de determinadas emociones positivas (Éxtasis, Alivio, Orgullo, Deseo, Esperanza y Respeto).

➤ **¿Cómo funciona el sentido del olfato?**

El sentido del olfato, al igual que el sentido del gusto, es un sentido químico. Se denominan sentidos químicos porque detectan compuestos químicos en el ambiente, con la diferencia de que el sentido del olfato funciona a distancias mucho más largas que el sentido del gusto.

El sentido del olfato es muy sensible, se estimula con concentraciones muy bajas de moléculas de diferentes esencias, y además, podemos captar una gran cantidad de olores diferentes.⁷⁷

➤ **Proceso del olfato**

Las moléculas del olor en forma de vapor que están flotando en el aire llegan a las fosas nasales, después de aquí las neuronas receptoras del olfato transmiten la información a los bulbos olfatorios, que se encuentran en la parte de atrás de la nariz.

Los bulbos olfatorios tienen receptores sensoriales que en realidad son parte del cerebro que envían mensajes directamente a:

⁷⁷ Common Sense Production [En línea]: Fundamentación olfato. [Consultado Enero 11 de 2013] Disponible en: http://www.commonsenseproductions.nl/scripts/es/scripts-es/documents/Fundamentacionolfatobibliografia_000.pdf

- Los centros más primitivos del cerebro donde se estimulan las emociones y memorias (estructuras del sistema límbico)
- Los centros “avanzados” donde se modifican los pensamientos conscientes (neocorteza).

Estos centros cerebrales perciben olores y tienen acceso a recuerdos que nos traen a la memoria personas, lugares o situaciones relacionadas con estas sensaciones olfativas.

Es importante agregar que nuestro sentido del olfato es 10,000 veces más sensible que cualquier otro de nuestros sentidos y que el reconocimiento del olor es inmediato.

Otros sentidos similares, como el tacto y el gusto deben viajar por el cuerpo a través de las neuronas y la espina dorsal antes de llegar al cerebro, mientras que la respuesta olfatoria es inmediata y se extiende directamente al cerebro. Este es el único lugar donde nuestro sistema nervioso central está directamente expuesto al ambiente.⁷⁸

➤ **El Sentido del Olfato**

El bulbo olfatorio es una de las estructuras del sistema límbico y es una parte muy antigua del cerebro. Como se mencionó anteriormente en la descripción del proceso olfativo, la información capturada por el sentido del olfato pasa del bulbo olfatorio a otras estructuras del sistema límbico.

Este sistema maneja las respuestas instintivas o automáticas, y tiene muy poco o posiblemente nada que ver con los pensamientos conscientes o la voluntad.

Los estímulos sensoriales que llegan al cerebro, con excepción del olfato, deberán pasar previamente por el tálamo el cual decide si siguen o terminan su camino, calificándolos de triviales.⁷⁹

⁷⁸ Memoria y Olfato: Interferencias Funcionales. Op. cit. p. 60.

⁷⁹ Ibíd. Disponible en Internet: <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19911996/S/4/S4003901.pdf>

➤ **Sistema límbico**

El sistema límbico es un sistema formado por varias estructuras cerebrales que gestiona respuestas fisiológicas ante estímulos emocionales.

Está relacionado con la memoria, atención, emociones, motivación, personalidad y la conducta.

➤ **Hipotálamo**

Parte del Sistema Límbico, íntimamente relacionado con la glándula pituitaria. Es una de las partes más ocupadas del cerebro y está relacionada principalmente con la homeostasis (mecanismo de autorregulación para mantener cierto equilibrio, en el que intervienen todos los sistemas y aparatos del organismo). Envía órdenes al organismo de dos formas, a través del sistema nervioso autónomo, lo que le confiere el control último de sus funciones, y a través de la glándula pituitaria, con la que está conectado química y biológicamente.

Aspectos funcionales del hipotálamo:

- Controla el Sistema Endocrino (dirige la producción y regulación hormonal).
- Es el principal centro de control del Sistema nervioso autónomo o vegetativo (entre otra cosas almacena energía para afrontar situaciones de estrés).
- Organiza conductas relacionadas con la supervivencia (respuestas motivacionales y emocionales).

Nuestra cultura se ha visto invadida por la imagen y el sonido. Su principal elemento de fiabilidad se ha centrado en los ojos y oídos, empujando al resto de los sentidos a un puesto secundario, por lo que se ha subestimado la importancia del sentido del olfato. La mayoría de las personas desconocen que dicho sentido es muy poderoso y básico y que existen varias anormalidades asociadas a él, tales como la anosmia (ausencia del sentido del olfato), la hiposmia (disminución de la sensibilidad olfatoria), la disosmia (sensación olfatoria distorsionada) o la parosmia (alucinaciones olfatorias), entre muchas otras, que nos impiden obtener una información adecuada de nuestro medio ambiente por medio de este interesante y vital sentido.⁸⁰

⁸⁰ Ibíd, Disponible en Internet: <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19911996/S/4/S4003901.pdf>

5.1.8 Procesos de toma de decisión racional. "Un torrente de sangre a la cabeza" así es como describe la mente del ser humano, Martin Lindstrom, uno de los gurús del Marketing. Martin describe la mente del ser humano como una mente irracional, atestada de prejuicios culturales arraigados en la tradición, la crianza y toda serie de factores subconscientes, que ejercen una influencia poderosa pero velada sobre las decisiones del consumidor. ¿Cuál es el secreto del producto para lograr llamar la atención de sus clientes? ¿Qué lo hace sobresalir sobre los demás? ¿Es la compañía publicitaria irreverente, graciosa, atrevida o por el contrario aburrida y olvidable? ¿Qué mueve al consumidor a elegir lo que elige? ¿En qué piensan realmente los compradores. Según los estudios realizados por Martin con patrocinio de grandes compañías con tendencia a productos fracasos, a las marcas y mercadotécnicos les falta el concientizarse, reflexionar sobre las estrategias empleadas y si realmente éstas están siendo útiles. Un estudio realizado en el Centro para la Ciencia de las Imágenes Cerebrales en Londres, Inglaterra y dirigido por Lindstrom, según él uno de los estudios de Neuromarketing más grande trataba sobre el por qué seguía creciendo la industria tabaquera si cada día aumentaba la publicidad de rechazo contra ésta.

El estudio se realizó a un grupo de fumadores (Sociales y Adictos), todos estos eran fieles a una sola marca: Marlboro o Camel. Según las reglas sabían que no podían fumar durante cuatro horas, de manera que estaban concentrados en acumular tanto alquitrán y tanta nicotina en su organismo como fuera posible. El estudio se realizó en un laboratorio médico, específicamente en una sala dominada por una máquina de resonancia magnética funcional (fMRI: máquina de resonancia magnética que estudia el cerebro y mide las propiedades magnéticas de la hemoglobina, el componente de los glóbulos rojos encargado de llevar oxígeno a todas las células del cuerpo).

Por medio de la resonancia los neurocientíficos pueden determinar cuáles arterias específicas del cerebro funcionan en un determinado momento, debido a que cuando una porción del cerebro está en uso, la zona se enciende como una llama. El propósito del experimento era comprobar que las advertencias escritas en un lugar prominente de las cajetillas de cigarrillo tenían un efecto mínimo o quizá nulo sobre los fumadores, ya que a pesar de la prohibición mundial contra la publicidad de cigarrillos y las inversiones masivas de gobiernos en campaña contra el tabaquismo, el consumo ascendió en el 2006 a un poco más de 5763 millones de millones de cigarrillos.⁸¹

⁸¹ Buyology: truth and lies about why we buy. Op. cit. p. 21.

¿Acaso los fumadores conocen los peligros para la salud y les importa un bledo?
¿Se creen secretamente inmortales? estas preguntas eran las que se esperaban responder por medio de la resonancia magnética.

Eran 32 los fumadores en la sala, provenían de diversas naciones como EEUU, China, Alemania, Inglaterra y Japón. La supervisora del equipo fue la doctora Gemma Calvertn quien dirige la cátedra de imágenes cerebrales aplicadas en la Universidad de Warwick, Inglaterra y es fundadora del Neurosense, en Oxford, y el profesor Richard Silberstein, director ejecutivo de NeuroInsight, en Australia. El estudio consistía en responder un cuestionario con las siguientes preguntas

- ¿Tiene algún efecto en usted la advertencia de la cajetilla?
- ¿Las advertencias lo(a) llevan a fumar menos?

La respuesta a estas dos preguntas en la mayoría de los casos fueron afirmativas. Después venía la entrevista al cerebro por medio un aparato reflector que proyectaba desde diversos ángulos una serie de advertencias contra el cigarrillo sobre una pantalla. Los individuos debían calificar su deseo de fumar durante la proyección de las imágenes presionando una caja de botones. Los resultados, las advertencias escritas en los lados, el frente y la parte posterior de las cajetillas de cigarrillos no suprimían en absoluto el deseo de fumar. Las advertencias de las cajetillas en realidad aumentaba el estímulo en una zona del cerebro denominada el núcleo accumbens, conocido también como "el punto del ansia". Esta zona se enciende cuando el cuerpo desea algo.⁸²

En pocas palabras, los resultados de la fMRI demostraron que las advertencias de las cajetillas de cigarrillos no eran disuasivas, sino que activaban el "punto de ansias", con lo cual inducían a los fumadores a encender un cigarrillo. Este suceso lleva a Lindstrom junto con su equipo a concluir que la mente inconsciente es mucho más capaz de interpretar el comportamiento (incluido por qué compramos) que la mente consciente, lo cual significa que no siempre las personas expresan esos sentimientos ni actúan conscientemente en concordancia con ellos, "hay todo un terreno del pensamiento y el sentimiento que escapa de nuestro alcance" cita Martin.

5.1.9 Toma de Decisiones. Tomar decisiones es una actividad continua del ser humano en todos los órdenes de la vida. Elegir entre varias opciones puede ser una tarea muy simple, pero a veces resulta tan complejo que se convierte en una

⁸² Buyology: truth and lies about why we buy. Op. cit. p. 21.

preocupación importante. La toma de decisiones pone en juego numerosos procesos cognitivos, entre ellos el procesamiento de los estímulos presentes en la tarea, el recuerdo de experiencias anteriores y la estimación de las posibles consecuencias de las diferentes opciones.

Todos estos procesos requieren la implicación de la memoria de trabajo y, en conjunto, de las denominadas funciones ejecutivas.⁸³ No obstante, la investigación actual pone cada vez más énfasis en que la toma de decisiones no constituye un mero proceso racional de contabilizar o comparar las pérdidas y ganancias que resultan de una elección determinada. Más bien parece ocurrir que los aspectos emocionales, derivados de la experiencia de situaciones parecidas, propias o vicarias, y aquellos aspectos asociados a las consecuencias o al contexto en el que se da la decisión, desempeñan un papel determinante.

Las emociones guían la toma de decisiones, simplificando y acelerando el proceso, reduciendo la complejidad de la decisión y atenuando el posible conflicto entre opciones similares. Es significativo que las personas que no rinden bien en las tareas experimentales de toma de decisiones no muestran cambios emocionales similares a los de quienes rinden correctamente, y presentan serios problemas de ajuste en su vida social o interpersonal, como ocurre en pacientes con determinadas lesiones en la corteza frontal y en algunos grupos de sujetos adictos a las drogas.

A continuación se examina la hipótesis del marcador somático como modelo neurocognitivo de la toma de decisiones:

5.1.9.1 Hipótesis del marcador somático. La hipótesis del marcador somático, desarrollada por Damasi, describe cuál puede ser el papel de la emoción en la toma de decisiones y ha servido de guía para la investigación en este ámbito. Un marcador somático es un cambio corporal que refleja un estado emocional, ya sea positivo o negativo, que puede influir en las decisiones tomadas en un momento determinado. La anticipación de las posibles consecuencias de una elección genera respuestas somáticas de origen emocional que guían el proceso de toma de decisiones. Las respuestas surgidas de la anticipación de las posibles consecuencias de una elección tienen su origen en la reacción emocional producida por las decisiones que se tomaron anteriormente. El marcador somático

⁸³ HALTY, Lucía. La importancia de la emoción en la toma de decisión. [En línea]. Madrid. [Consultado 16 Octubre de 2012] Disponible en Internet: <http://www.fes21.org/content/index.php/noticias-articulos/80-la-importancia-de-la-emocion-en-la-toma-de-decision->

facilita y agiliza la toma de decisiones, especialmente en la conducta social, donde pueden darse situaciones de mayor incertidumbre.

En este contexto, la respuesta emocional es la reacción subjetiva y somática (motora o vegetativa) del individuo ante un acontecimiento, como por ejemplo las consecuencias positivas o negativas de una decisión. Cuando esa reacción se asocia a una situación o a un conjunto de estímulos, puede influir de forma consciente o inconsciente en su conducta futura, convirtiéndose en un marcador somático. Estos marcadores, entendidos experimentalmente como cambios vegetativos, musculares, neuroendocrinos o neurofisiológicos, pueden proporcionar señales inconscientes que preceden, facilitan y contribuyen a la toma de decisiones, antes incluso de que el sujeto pueda explicar por qué toma la decisión y sea capaz de exponer, de forma conceptual o declarativa, cuál es la estrategia que está utilizando para tomar decisiones. Por tanto, los marcadores somáticos apoyan los procesos cognitivos, permiten una conducta social apropiada, contribuyen a la toma de decisiones ventajosas y facilitan la representación de escenarios futuros en la memoria de trabajo.⁸⁴

Por el contrario, la ausencia, alteración o debilitamiento de los marcadores somáticos conduce a tomar decisiones inadecuadas o desventajosas. Este déficit se produce en pacientes con lesiones prefrontales ventromediales y otras regiones frontales, como la corteza prefrontal dorsolateral y cingulada, así como en pacientes con lesiones bilaterales en la amígdala, en los que se da la incapacidad de experimentar adecuadamente emociones y de generar respuestas vegetativas ante estímulos aversivos.

El estudio experimental de los procesos de toma de decisiones Juego de Azar de IOWA, se basa en la utilización de una serie de tareas, de mayor o menor complejidad, en las que el sujeto va eligiendo opciones ensayo a ensayo. En ella, el sujeto elige entre cuatro montones de cartas, y dependiendo del montón seleccionado en cada ensayo, recibe recompensas (ganancias) o castigos (pérdidas) monetarios simbólicos, de forma que, a largo plazo, dos de los montones lo llevan a perder, mientras que los otros dos lo conducen a ganar. Además, dos de los montones se caracterizan por pérdidas frecuentes y reducidas, mientras que los otros dos conllevan pérdidas menos frecuentes, pero más intensas. Los sujetos normales comienzan eligiendo los montones más arriesgados, con recompensas y pérdidas más fuertes, para cambiar alrededor del ensayo 40 (de las 100 elecciones que componen la prueba) a elegir los montones ventajosos, que son los que aportan recompensas a largo plazo.

⁸⁴ SOSA CORRERA, Manuel. Escala autoinformada de inteligencia emocional. [En línea]. 2008. [Consultado 11 de Octubre de 2012] Disponible en: <http://eprints.ucm.es/8685/1/T30581.pdf>

5.2 MARCO CONCEPTUAL

El campo de la psicología y análisis de emociones incluye multitud de planteamientos teóricos para estudiar la conducta humana, esto facilita a la mercadotecnia, comprender el comportamiento de las personas como las expuestas a continuación:

5.2.1 Aromarketing⁸⁵: Proveniente de la mezcla de aromas con marketing. El Aromarketing reside en utilizar aromas específicos en un entorno de negocio con el fin de suscitar emociones y de esta manera influir sobre los comportamientos del consumidor.

5.2.2 Neuromarketing⁸⁶: Disciplina avanzada, que investiga y estudia los procesos cerebrales que explican la conducta y la toma de decisiones de las personas.

5.2.3 Neurocomunicación⁸⁷: Proceso dinámico, caracterizado por una interacción permanente entre una empresa y un cliente, que abarca no sólo los comportamientos externos que se generan en el entorno de un sujeto o de una empresa, sino también el tipo de cambios internos que una persona experimenta y la llevan a responder de determinada manera ante los estímulos que recibe.

5.2.4 Marketing Olfativo⁸⁸: Es una ciencia moderna consistente en utilizar aromas específicos en un entorno de negocio con el fin de suscitar emociones y de esta manera influir sobre los comportamientos del consumidor y el ánimo de los empleados. A través de esta técnica se pretende alterar el factor más sensible del ser humano, el olfativo, ya que es un sentido comercialmente virgen que tiene la cualidad de ser de rápida asociación y el de mayor permanencia en la memoria.

⁸⁵ Marketing. Sensorial: Cómo desarrollar la atmósfera del establecimiento comercial. Op. cit. p. 21.

⁸⁶ BRAIDOT. N. Braidot, Business & Neuroscience. Aplicado [En línea]. Salamanca. [Consultado 10 de Octubre de 2012] Disponible en Internet:

http://www.braidot.com/upload/506_Neuromarketing%20Aplicado.pdf

⁸⁷ ¿Por qué sus clientes le compran a un competidor si han dicho que le gustan sus productos?, Op, cit. Disponible en Internet:

http://web.usal.es/~nbraidot/material_alumnos/4to-ade-08-De-Politicas-comerciales-a-Neuromarketing.pdf

De-Politicas-comerciales-a-Neuromarketing.pdf

⁸⁸ Marketing Olfativo, un valor diferencial. Op. cit. p. 21.

Los resultados de algunos estudios científicos recientes afirman que los aromas provocan potentes efectos en el comportamiento humano: pueden relajar, estimular, asustar, provocar, seducir, etc.

De hecho, se distinguen entre más de 10.000 aromas que influyen en nuestra memoria y sentimientos, lo que afecta de forma directa a nuestra calidad de vida. El funcionamiento de la memoria olfativa es tal que los primeros recuerdos olfativos que rememoran la infancia son los más potentes en su capacidad de suscitar emociones agradables y también los más fáciles de reactivar. En efecto, la memoria olfativa no se desvanece nunca y su fuerza depende de la importancia que ha tenido la situación en la cual el olor ha sido percibido en el proceso de aprendizaje de las personas.

El procesamiento cerebral de las percepciones olfativas reside en parte en el sistema límbico que controla las emociones, la conducta y el almacenamiento de la memoria. Por ello, para hacer vibrar las cuerdas del corazón los olores son más seguros que aquello que se ve o se oye.

5.2.5 Percepción Metaconsciente⁸⁹: es un fenómeno sensorial mediante el cual captamos gran cantidad de información procedente del entorno en forma simultánea sin que seamos conscientes de este proceso, por ejemplo, los estímulos que recibimos a través de los cinco sentidos cuando ingresamos a un shopping center o a un supermercado.

5.2.6 Percepción Consciente⁹⁰: sólo puede atender un máximo de siete, más o menos dos, variables o ítems de información simultáneamente. Esta información puede ser de diferentes extensiones y referirse a cualquier cosa, por ejemplo, escuchar lo que nos dice el vendedor del automóvil sobre la fecha de entrega, tocar la textura del cuero que cubre los asientos para verificar su resistencia o focalizar la atención en los detalles ergonómicos del asiento del conducto.

5.2.7 Serotonina⁹¹: sustancia que juega un rol crucial en el estado de ánimo de las personas. Se trata de una hormona que desempeña un papel importante en

⁸⁹ Ibid. p 70. Disponible en: http://www.braidot.com/upload/506_Neuromarketing%20Aplicado.pdf

⁹⁰ ¿Por qué sus clientes le compran a un competidor si han dicho que le gustan sus productos?, Op, cit. Disponible en Internet: http://web.usal.es/~nbraidot/material_alumnos/4to-ade-08-De-Políticas-comerciales-a-Neuromarketing.pdf

⁹¹ BRAIDOT, Néstor. Estrategias neurocientíficas de marketing [En línea]. 2005. [Consultado 11 de Octubre de 2012] Disponible en Internet:

http://www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/e_news_abril_2009.pdf

las transmisiones de señales del cerebro, por lo que es considerada, asimismo, un neurotransmisor.

Entre las principales funciones de la serotonina está la de regular el apetito, el ciclo de sueño-vigilia, el dolor, el control de la temperatura corporal y equilibrar el deseo sexual. Además, está implicada en el humor y la felicidad, ya que se encuentra en los centros emocionales del cerebro donde se generan y modulan los sentimientos.

Si los niveles de serotonina son moderados, se percibe una sensación de calma y alegría, mientras que si son bajos se experimenta depresión y tristeza. Si bien esta sustancia es fabricada por nuestro organismo, existen determinados estímulos que pueden inhibir su secreción (estrés, enfermedad, acontecimientos adversos, etc.) o, de lo contrario, fomentarla en forma natural: algunos alimentos, como los carbohidratos (harinas, pan, dulces, chocolate, etc.) y triptófanos (pastas, arroz, cereales, leche, huevo, soja, pollo, pavo, queso, etc) favorecen la síntesis de serotonina potenciando el estado de bienestar.

Dependiendo el nivel de la serotonina, disminuye o aumenta el deseo en un individuo a la hora de la compra.

5.2.8 Odotipos⁹²: Los odotipos son aromas que se eligen luego de realizar investigaciones exhaustivas debido a las dificultades para cambiarlos, ya que pasan a formar parte del sistema de identidad de una marca

5.2.12 Sistema de memoria Emocional⁹³: Actúa como un potente fijador de los recuerdos que tienen valencias afectivas. Es una de las principales fuerzas que actúan sobre los procesos cerebrales y consecuentemente, sobre nuestra conducta. Esto exige estudiar a fondo el conjunto de estímulos emocionales que garanticen una experiencia positiva y poner especialmente el foco en aquellos que podrían actuar en sentido contrario.

⁹² Business & Neuroscience, aplicado. Op. cit. p 70.

⁹³ ¿Por qué sus clientes le compran a un competidor si han dicho que le gustan sus productos?, Op, cit. Disponible en Internet: http://web.usal.es/~nbraidot/material_alumnos/4to-ade-08-De-Políticas-comerciales-a-Neuromarketing.pdf

5.3 MARCO CONTEXTUAL

Diana Alos es una tienda de sandalias tejidas en seda y macramé ubicada en el barrio San Antonio de la ciudad Santiago de Cali con 1 año de experiencia en el mercado, en los cuales ha venido satisfaciendo necesidades de calzado dirigidos a públicos internos y externos, a través de la innovación, creatividad, dedicación y asesoramiento de sus clientes.

Diana Alos Sandalias Artesanales surgió un día en el año 2010 cuando su fundadora Diana Alos percibió una escasez de calzado en su armario y se propuso diseñar e intentar hacer por su cuenta y a su gusto un par de sandalias para ir a la Universidad, que fueran frescas y cómodas.

Diana Alos era estudiante de Diseño Industrial, por este motivo se le facilitó encontrar información sobre cómo realizar las sandalias y cómo poder conseguir el material para fabricarlas.

Cuando estuvieron listas el primer par de sandalias, Diana utilizaba su nuevo par de sandalias todos los días, “únicamente me las quitaba para dormir” cita ella recalcando que tiene pies galanes y sus sandalias lucían resplandecientes en ellos, en este momento sus compañeras de universidad, primas y amigas cercanas se interesaron por las sandalias, Diana con su espíritu emprendedor aprovechó la ocasión para obtener ingresos extras, finalmente sus sandalias habían gustado, así fue que Diana comenzó su marca Diana Alos Sandalias Artesanales.

Al pasar el tiempo e ir experimentando con materiales para capellada, suelas y diseños, fue perfeccionando las sandalias, pensando en materiales suaves para el pie, una suela cómoda para caminar, colores alegres y llamativos con diseños exclusivos y femeninos, característicos de la cultura caleña.

El taller de sandalias estaba ubicado en un principio en el cuarto de la fundadora, después en la sala de su casa, en unos meses alquiló un local en San Antonio, como taller únicamente sin punto de venta, al aumentar los ingresos decidió abrir su punto de venta en San Antonio, pero el lugar no era muy frecuentado por el flujo de gente, el local estaba ubicado lejos de la zona comercial del barrio, allí se mantuvo 5 meses. Después de ser paciente se presentó una gran oportunidad de adecuar un local anteriormente de comidas rápidas para sus sandalias y

asociarse con una diseñadora de accesorios como pulseras, collares y aretes artesanales.

En este local se mantiene actualmente, cumpliendo ya un año de su apertura, manteniéndose de forma exitosa en el mercado y cautivando el corazón de sus clientas. Diana Alos Sandalias Artesanales ha participado anualmente en los eventos tradicionales del Barrio San Antonio llamados „La Calle del Arte” y „El CarnavalArte”, son eventos donde cientos de pequeños y medianos empresarios ubican sus artesanías a lo largo de las calles segunda y tercera entre carreras quinta y sexta, del barrio. Este programa permite el encuentro con la imaginación y el espíritu, dando espacio a la participación pacífica de toda la comunidad, convirtiéndose la calle en un día de convivencia y en un lugar para mostrar arte, alejado de los intermediarios y cercano a las personas.

Los caleños que visitan la Calle del Arte pueden encontrar variedad en trabajos artesanales, guadua, madera, hierro forjado, linos, telares, seda y macramé entre otras curiosidades. Durante estos eventos en las esquinas de acceso de entrada a la Calle Primera se presentan espectáculos teatrales, repertorios de baile y degustaciones de platos típicos de la región, dulces y bebidas.

La misión de Diana Alos es satisfacer las necesidades de calzado de sus clientas, a través de la oferta de sandalias tipo artesanal que sean innovadoras, competitivas y rentables para garantizar comodidad, frescura y exclusividad. La visión es querer que Diana Alos Sandalias Artesanales sea un modelo de empresa líder en calzado artesanal de todo tipo para hombre y mujer, con cubrimiento y competitividad a nivel nacional.

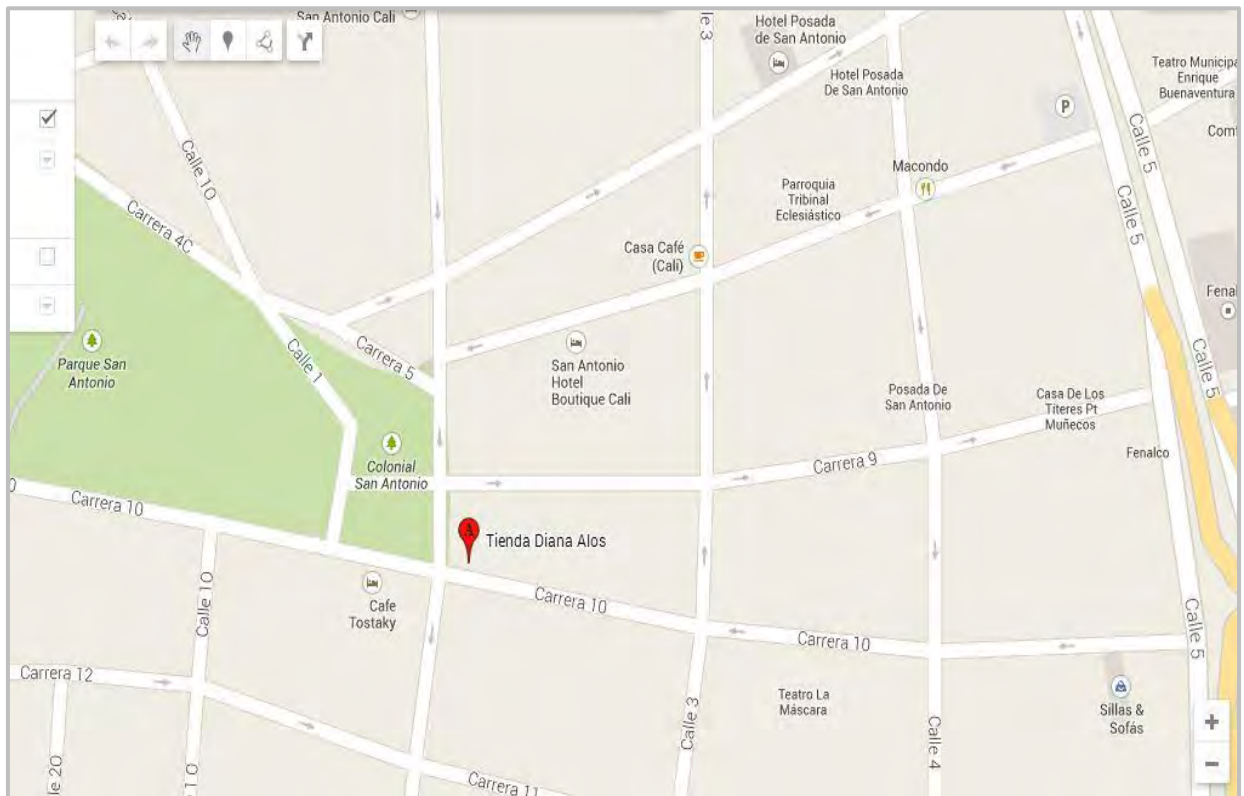
Diana Alos ha marcado diferencia brindando a sus clientes belleza y feminidad por medio de diseños exclusivos, texturas suaves, pulidos elementos y colores vivos que enmarcan la cultura de Colombia y el clima cálido de la capital de la salsa, Cali. Es por esto que las extranjeras son clientes fieles de la marca.

En la tienda se conserva un ambiente tropical y tranquilo, proveniente de los alrededores, ya que San Antonio es un barrio residencial y turístico en Cali que escapa de los esquemas generales del comportamiento de los demás centrales. Ha conservado en su rica arquitectura el colorido, la sencillez, la frescura y calidez ambiental de un pequeño pueblo dentro de una gran ciudad. Diana Alos mantiene la tradición colonial popular, los materiales con los que se elaboran las sandalias

conservan una identidad cultural con variedad de estilos y contenido estético, característico del barrio.

5.3.2 Ubicación Diana Alos

Figura 3. Ubicación Diana Alos Sandalias Artesanales



Fuente: ALOS, Diana Sandalias Artesanales. Santaigo de Cali. 2013. [Consultado 4 de febrero de 2014]. Disponible en: www.facebook.com/DianaAlos

5.3.3 Mercado Objetivo. Mujeres entre los 16 y 35 años de edad, de estratos socioeconómicos 2, 3 y 4, tradicionales, con personalidad dulce, alegre, ingeniosa y cariñosa. Todas madres, estudiantes, ejecutivas, viajeras que desean resaltar entre las demás con un estilo fresco y vivo, que las haga sentir cómodas y aun así seguir luciendo grandiosas.

Las extranjeras son también parte del mercado de Diana Alos, éstas representan el 42% del total de ventas generadas en la tienda. Según datos de Proexport Colombia Cali es la cuarta ciudad con mayor crecimiento como destino principal

en el país. Las estadísticas indican que anualmente 112.278 entran a la ciudad, representando un 8,36% del total de inmigrantes en Colombia. De estos 112.278 que entran a la ciudad el 23,3% son mujeres, que equivale en cifras a 26.160 mujeres inmigrantes que visitan Cali anualmente

6. METODOLOGÍA

Para conocer la influencia real y actual de los olores en los hábitos de consumo y si éstos son los causantes de crear sentimientos o emociones que nos impulsen al consumo de un producto o servicio, dentro del alcance de la investigación se creyó conveniente la realización de dos fases de estudio a través de:

- Fase No. 1: Tipo descriptivo - exploratorio (Revisión Bibliográfica y Sesiones de Grupo).
- Fase No. 2: Cuasi-Experimento

Los cuáles serán desarrollados y explicados a continuación.

6.1 TIPO DE ESTUDIO

6.1.1 Fase 1, estudio tipo descriptivo – exploratorio. I) Revisión Bibliográfica: Se realizó una revisión bibliográfica rígida sobre Neuromarketing, Marketing Sensorial y Marketing Olfativo, en la cual se describieron características, mediante la exploración y descripción de situaciones de la vida real. Este tipo de estudio sirvió para descubrir nuevos significados, determinar la frecuencia de fenómenos y categorizar la información. A su vez se incluyó una revisión de tendencias psicológicas, neuropsicológicas, metabólicas y anatómica cerebral, ramas de gran soporte para la teoría sensorial y el Neuromarketing. II) Investigación Cualitativa Indirecta, Grupos Focales Aromas con Sentido, El principal propósito de los Grupos Focales en la investigación era lograr obtener información asociada a conocimientos, actitudes, sentimientos, creencias y experiencias, en las cuales los participantes de forma inconsciente revelaran dicha información sumamente productiva para el investigador.

Según Robert King Merton sociólogo estadounidense en su libro *The Focused Interview*, expone que la estrategia de los grupos focales tiene como propósito registrar cómo los participantes elaboran grupalmente su realidad y experiencia⁹⁴, técnica indicada para la información que se desea recolectar en las Sesiones Aromas con Sentido.

⁹⁴ The focused interview; A manual of problems and procedures. Robert King Merton, Marjorie Fiske, Patricia L. Kendall. Editorial: Free Press, 1956

Objetivo General: Evaluar las preferencias, aversiones, sentimientos y emociones que tienen los individuos target de la tienda de accesorios artesanales, con 10 aromas específicos.

Objetivos Específicos:

- Seleccionar un aroma entre los diferentes 10 aromas, en el cual, los individuos entrevistados tenga más predilección.
 - Seleccionar un aroma entre los 10 aromas, por el cual, las participantes tengan más aversión.
 - Identificar qué aspectos de interés tiene en cuenta las participantes en el momento de elegir entrar a una tienda.
 - Comprobar si un olor específico puede lograr crear aversión o preferencia desde el consumidor hacia un producto o una tienda.
 - Identificar dependiendo de cada olor las cualidades emocionales de los individuos.
 - Identificar según el olor, cada individuo con que lo asocia.
 - Conocer las impresiones recogidas por las entrevistadas al percibir un olor agradable y un olor desagradable.
 - Comparar el nivel de recordación entre los sentidos de olfato y escucha.
- ❖ Temas a abordar: Sentimientos, Experiencias, Reacciones, Sensaciones Olfativas, Reacciones Instintivas, Preferencia de aromas, Percepción, Memoria, Emociones, Sentimientos.
- ❖ Análisis correspondiente: Grupos Focales, se realizaron tres sesiones de grupo, en cada una de las sesiones fueron participes 8 individuos que cumplieran con las características especificadas en el Target de la tienda de accesorios artesanales donde se llevó a cabo el cuasi-experimento.

Cada grupo focal tuvo una duración de 1 hora y media. Contaron con tres Técnicas Proyectivas para evaluar el inconsciente de las entrevistadas.

- Técnica de expresión: Representa el modo en que nosotros percibimos y cómo somos, personalidad, que nos gusta y que no. (Preferencia-Aversión-Aromas).
- Técnica de asociación: Se presenta un estímulo (Aromas) al individuo y se le pide que responda con que lo relaciona (Atmosferas, Sentimientos).
- Evaluación del nivel de recordación entre lo que huelen y lo que escuchan.

Definición del Target: Mujeres entre los 16 y 35 años de edad, de estratos socioeconómicos 2, 3 y 4, que disfruten visitar San Antonio y prefieran los accesorios artesanales. La selección de muestra para los grupos focales fueron de forma aleatoria, muestreo sistemático.

Aromas Específicos: Los aromas expuestos a continuación fueron seleccionados a partir de la disposición para en el mercado y el efecto que según investigadores como Iannini Maxi tienen en las personas. Iannini es actualmente director comercial de la compañía Aromarketing en España y se ha basado en dar el significado de los aromas con los resultados de sus diversas investigaciones.⁹⁵

Cuadro 4. Lista de Aromas para el Focus Group

1	Sándalo	Transmite serenidad y tranquilidad.
2	Talco	Transmite ternura, amor y felicidad.
3	Manzana Verde	Neutraliza la negatividad y estimula el optimismo.
4	Canela	Ayuda al esclarecimiento de las ideas y meditación.
5	Pino	Depura el ambiente viciado, evoca limpieza y frescor.
6	Vainilla	Especial para encantar o seducir. Transmite seguridad y alegría.
7	Citronela	Ayuda a la autoestima y a sentirnos mejor.
8	Brisa Marina	Ayuda a relajar.
9	Heliotropo	Disminuye la ansiedad.
10	Tutifruti	Aleja la inseguridad.

Cuadro 4. Aromas seleccionado para llevar a cabo las sesiones de grupo.

A cada individuo se le suministraron recipientes conteniendo cada aroma específico seleccionado, los recipientes estuvieron ubicados en frente de cada participante con un recipiente adicional que contenía granos de café, lo cual neutralizó los aromas percibidos por cada participante, para no confundir un aroma con el otro y evitó que las participantes se fatigaran con las fragancias olor. Los recipientes no tuvieron el nombre del aroma, estuvieron clasificados por números del 1 al 10.

⁹⁵ Iannini, M 2010, 'Marketing olfativo, un valor diferencial. (Spanish)', MK - Marketing Más Ventas, 25, 253, pp. 58-64, Fuente Académica Premier, EBSCOhost, viewed 10 October 2012.

Al finalizar las actividades con los aromas contenidos en los recipientes enumerados, se les sustituyeron a los participantes los recipientes por otros parecidos pero que incluían el nombre del aroma contenido, de esta manera se evaluarán las diferencias o paralelismo en las preferencias y aversiones de los individuos, si coinciden o difieren.

- ❖ Desarrollo: Los Focus Group estuvieron dirigidos por Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo y Negocios Internacionales. Ésta ha recibido una guía personalizada por parte del profesor Alexander Varón, docente del área de mercadeo y la psicóloga Stephany Trujillo. Cada sesión se realizará en la Cámara de Gessell de la Universidad Autónoma de Occidente.

6.1.2 Fase 2, estudio tipo experimental. I. Cuasi-Experimento:

Objetivo General: Demostrar que un cambio en una variable (aroma) causa algún cambio predecible en otra variable (ventas).

Objetivos Específicos:

- Aromatizar la tienda de accesorios con el olor más agradable escogido según el análisis del Focus Group.
 - Aromatizar la tienda de accesorios con el olor más desagradable escogido según el análisis del Focus Group y comprobar si este olor puede lograr crear aversión desde el consumidor hacia el producto o la tienda de accesorios artesanales.
 - Evaluar el aumento o disminución de ventas en la tienda de accesorios según cada olor.
 - Identificar si los aromas ubicados en la tienda de accesorios artesanales traen recuerdos a sus clientes.
 - Evaluar la percepción del cliente sobre la mercancía, según el aroma.
 - Analizar las reacciones de compra, el flujo de gente, sentimientos de aproximación y prolongación del tiempo de permanencia en la tienda.
 - Analizar la percepción de atención al cliente en la tienda según cada aroma.
-
- ❖ Temas a abordar: Sentimientos, Experiencias, Reacciones, Sensaciones Olfativas, Reacciones Instintivas, Preferencia de aromas, Comportamiento de Compra, Ventas, Percepción, Flujo.

❖ **Análisis correspondiente:** El cuasi-experimento tuvo una duración de nueve semanas (Desde el día Domingo 3 de noviembre del 2013 hasta el día sábado 4 de Enero del 2014). Fue una investigación causal con el fin de demostrar si el cambio de una variable, en este caso la aromatización de un local de venta de accesorios artesanales, causa algún cambio predecible en otra variable. (Ventas y flujo de clientes)

❖ **Desarrollo:** El experimento tuvo duración de 9 semanas en una tienda de accesorios artesanales ubicada en el Barrio San Antonio de la ciudad de Cali.

Las primeras tres semanas la tienda tuvo el aroma a vainilla, aroma agradable identificado como (AA) seleccionado en los resultados de los grupos focales

Las siguientes tres semanas se ubicó en la tienda el aroma sándalo, el aroma desagradable (AD) según las participantes en los grupos focales.

Las últimas tres semanas, fueron tres semanas sin olor, para así tener un cotejo de comparación entre el tiempo que estuvo el AA y el AD.

Para evaluar el impacto del olor, las emociones, sentimientos asociados al olor, preferencias y aversiones de las asistentes a la tienda, se realizó una encuesta de 14 preguntas. Durante las 9 semanas se ejecutó la encuesta a las mujeres entre 16 y 35 años de edad que entren a la tienda. El esquema de la encuesta estuvo basado en los resultados obtenidos en las sesiones de grupos, según las técnicas proyectivas y lo que se quiso evaluar.

El cuasi-experimento se realizó con un nivel de confianza del 93%, dando como resultado de muestra 67 encuestas por cada aroma colocado en la tienda de accesorios artesanales.

Tamaño de Muestra (n):

N= El N poblacional se obtiene del total de clientes registrados desde enero de 2013 hasta octubre del mismo año. N=204 clientes.

Z= 1.4 Según tabla de Distribución normal.

E= 0.07

Figura 4. Fórmula para calcular la muestra de un estudio

$$n = \frac{Z^2 \times p (1 - p) \times N}{E^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

Figura 5. Remplazo de variables reales en la fórmula de la muestra

$$n = \frac{(1.4^2) \times (0.5)(0.5) \times 204}{(0.07^2) \times (203) + (1.4^2)(0.5 \times 0.5)}$$

Figura 6. Tamaño de Muestra

$$n = \frac{99.96}{1.4847} \equiv 67.3$$

El almacén de accesorios artesanales estuvo vigilado por una cámara con micrófono durante las semanas que duro el cuasi-experimento.

Para soportar la investigación se tuvieron en cuenta únicamente las encuesta y el balance en ventas del almacén durante las 9 semanas. Las filmaciones son únicamente constancia de que el experimento se realizó.

Cada aroma fue esparcido por tres mecanismos especiales para difundir esencias, dos de los mecanismos estuvieron ubicados dentro de la tienda y un tercero estuvo situado a la salida de la tienda acompañado de un extractor de viento, cuya función de éste era sacar el aroma de la tienda para que la gente desde afuera lograra percibirlo.

7. AROMAS CON SENTIDO

7.1 GRUPOS FOCALES Y RESULTADOS ESTADÍSTICOS

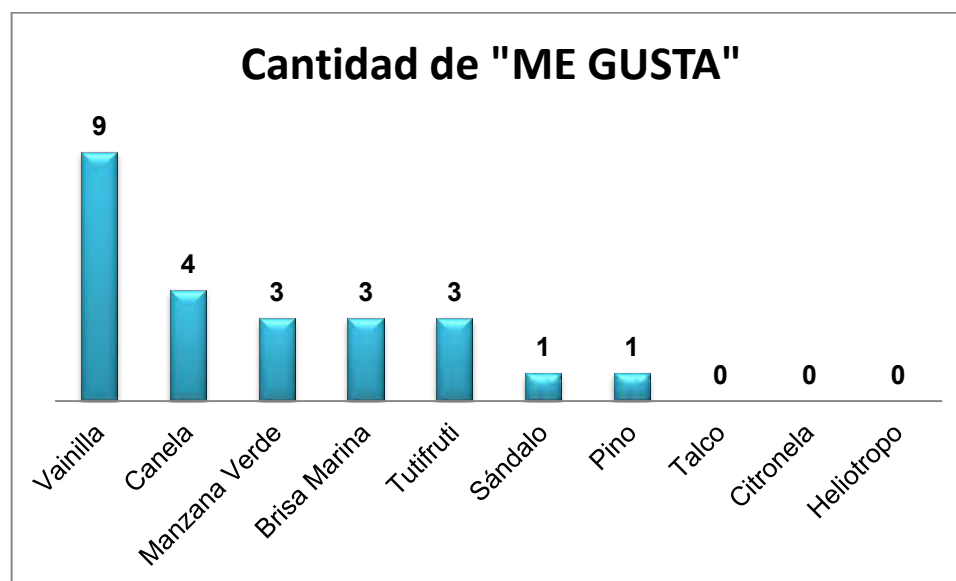
Identificar los aromas de preferencia y desagrado en el target de la tienda de accesorios artesanales.

Para identificar los aromas de preferencia y desagrado en el target de la tienda se utilizó como técnica las sesiones de grupo, las cuales arrojaron los siguientes resultados.

Las personas participantes en las sesiones de grupo, son mujeres entre los 16 y 35 años de edad de estratos socioeconómicos 2, 3 y 4, pertenecientes al Target del almacén de accesorios artesanales.

➤ Aroma con más preferencia

Figura 7. Gráfico Aroma con más preferencia

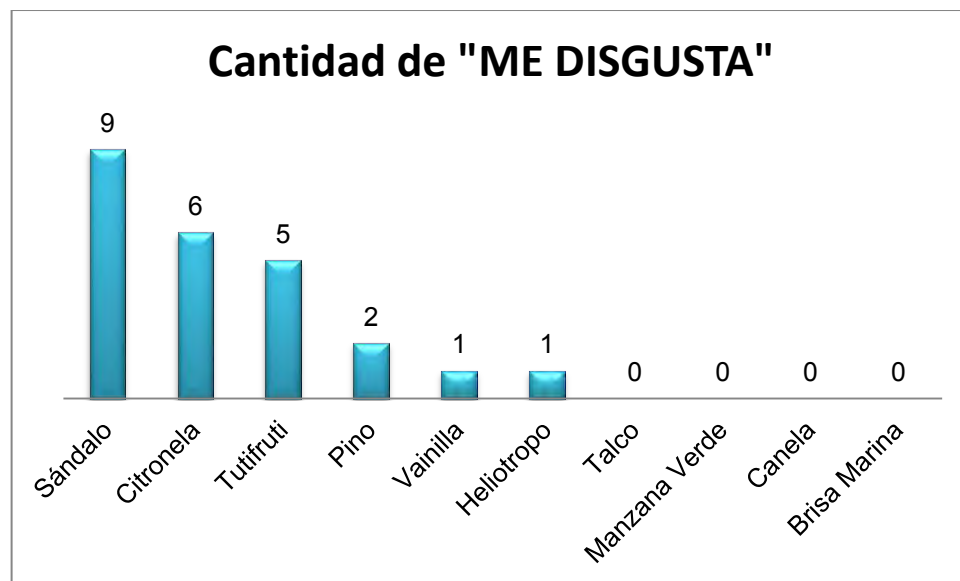


Evaluando las técnicas proyectivas aplicadas a las 24 participantes de los tres grupos focales, el aroma con más grado de aceptación fue el aroma a vainilla con

una elección de 9 participantes, seguido del aroma a canela con 4 participantes y manzana verde con un 3.

➤ Aroma con más aversión

Figura 8. Gráfico Aroma con más aversión



El aroma que causo más aversión en las participantes de las sesiones de grupo Aromas con Sentido fue el Sándalo con 9 chicas que lo denominaron un aroma desagradable, seguido de aroma Citronela y Tutifruiti con 6 y 5 participantes.

➤ Aspectos de interés que tienen en cuenta las entrevistadas a la hora de entrar a una tienda

Según la tabla siguiente basada en el análisis de las técnicas proyectivas aplicadas en las sesiones de grupo, 22 participantes marcaron la atención al cliente como aspecto muy importante cuando ingresan a una tienda, posicionando este aspecto como el más importante. Seguido del olor con 18 participantes y orden con 11.

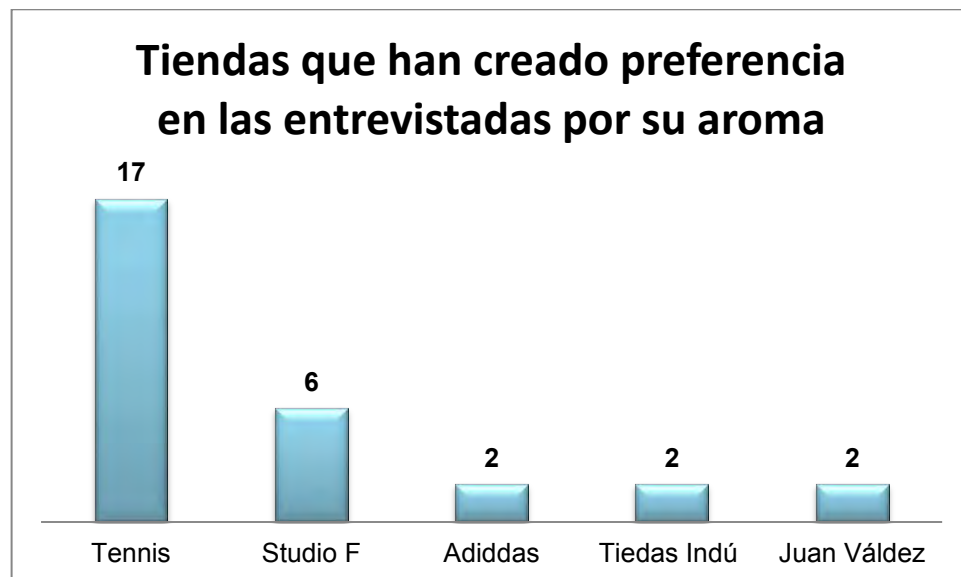
Los últimos aspectos tenidos en cuenta por las participantes en el momento de entrar a una tienda son la ventilación y la música elegidos por 2 participantes cada uno.

Figura 9. Gráfico Aspectos de interés que tienen en cuenta las entrevistadas a la hora de entrar a una tienda



➤ ¿Los olores pueden lograr crear aversión o preferencia desde el consumidor hacia un producto o una tienda?

Figura 10. Gráfico Tiendas que han creado preferencia en las entrevistadas por su aroma

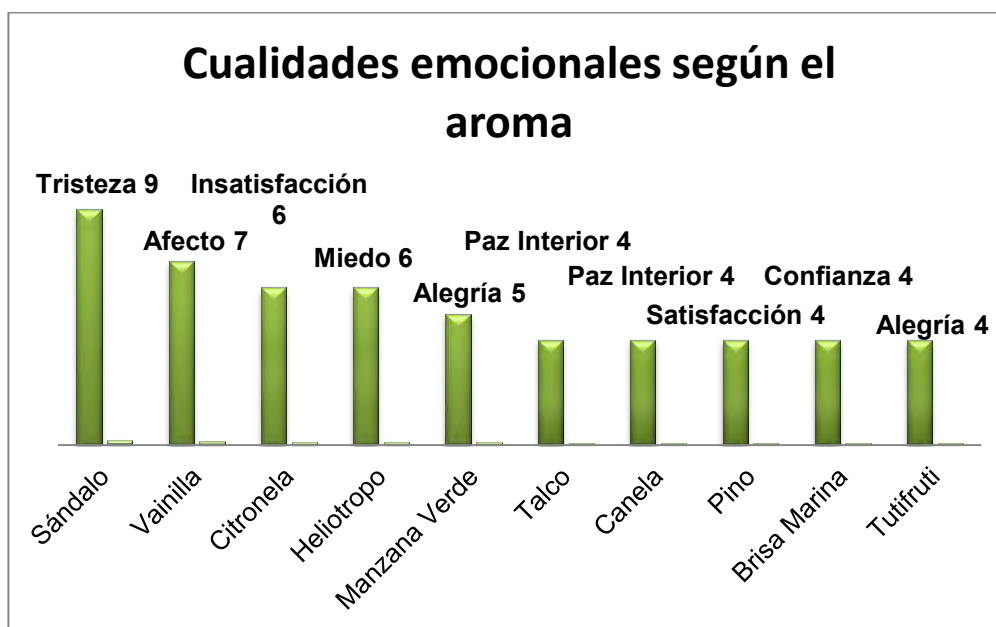


Grafica 9. Tiendas que han creado preferencia en las entrevistadas por su aroma

Tennis fue mencionado por 17 participantes en el momento en que se les pidió recordar una marca que les atraía por su olor, por esta razón se ubica en la marca con más posicionamiento en las entrevistadas por su implementación estratégica de marketing olfativo.

➤ Cualidades emocionales de los individuos según el olor

Figura 11. Gráfico Cualidades emocionales de los individuos según el olor percibido



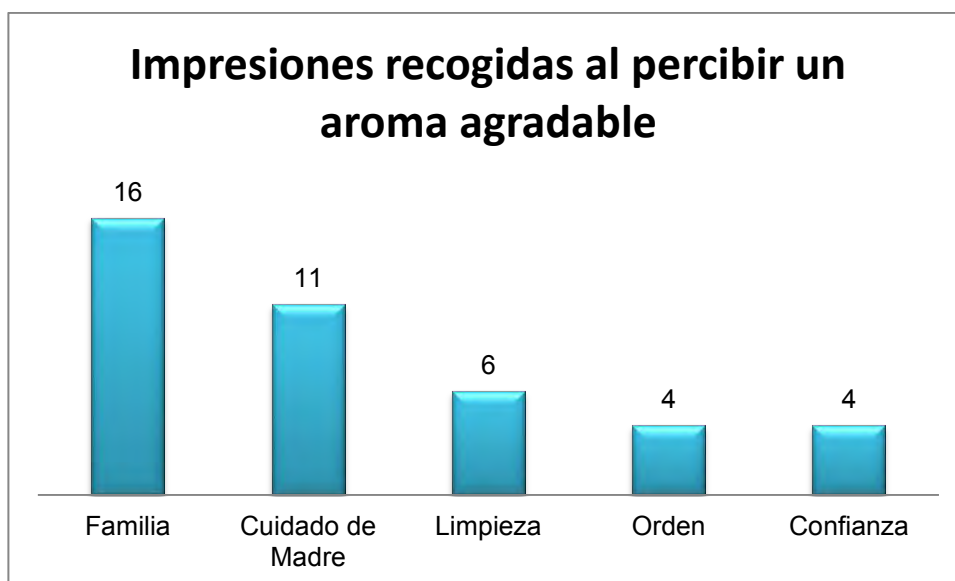
La emoción que más se destacó en las participantes fue la tristeza según ellas producida cuando percibían el aroma a Sándalo. También este aroma les hizo sentir desconfianza, antipatía e insatisfacción. El olor a talco les hizo sentir Afecto y paz interior a algunas y a otras Antipatía y Nostalgia. El olor a Manzana verde les hizo sentir alegría y afecto, a la vez que el olor a canela. El olor a vainilla fue el más aceptado por las participantes, y el más elegido cuando se trataba de sentir afecto, confianza y satisfacción de algo. El aroma a citronela les causó insatisfacción a las participantes, acompañado de antipatía y desconfianza. El heliotropo a la mayoría les causó nostalgia.

➤ Asociación aromas con imágenes

Del total de las participantes, 10 asociaron el aroma Sándalo con la imagen que describía una atmosfera de Aseo, también el aroma a Pino fue relacionado con esta atmosfera de Aseo. La imagen que muestra una atmosfera de acidez, 6 de las participantes la relacionaron con el aroma Citronela. Del total de las participantes, 11 participantes relacionaron el aroma a canela con una imagen que describía una atmosfera de tranquilidad. Con esta misma imagen de tranquilidad también relacionaron el aroma Vainilla. El aroma Heliotropo lo relacionaron con la muerte, una imagen que mostraba una atmosfera densa y de muerte. Ocho de las participantes relacionó el aroma Talco con una atmosfera que mostraba la vida de un bebé. El aroma manzana verde fue relacionado con una atmosfera de frescura.

➤ Impresiones recogidas por las entrevistadas al percibir un olor agradable y un olor desagradable.

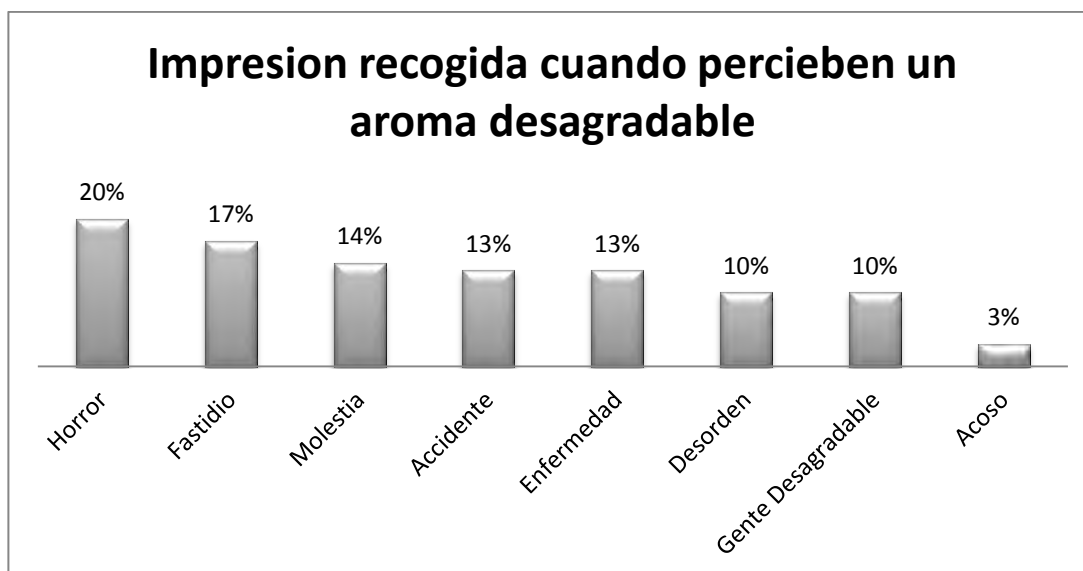
Figura 12. Gráfico Asociación aromas con imágenes



La impresión con mayor manifestación en las entrevistadas al percibir un aroma agradable es la familia, elegida por 16 participantes. Continúa el cuidado de madre con 11, limpieza con un 6 y por último orden y confianza, cada una con un 4 participantes.

➤ **Impresión recogida cuando perciben un aroma desagradable**

Figura 13. Gráfico Impresión recogida cuando perciben un aroma desagradable



Horror fue la impresión con mayor porcentaje de expresiones en las participantes de las sesiones con un 20% del total, seguido de fastidioso con un 17% y por último impresión de acoso con un 3%.

➤ Comparación nivel de recordación entre los sentidos de olfato y escucha a base de la actividad realizada a las 32 participantes en los FG.

Cuadro 5. Aciertos con canciones

Canciones	Cantidad Aciertos
La Caleñas son como las flores	18
Cali Pachanguero	17
Caderona	17
Una canción	17
A dormir junticos	16
Faltan 5 pa' las 12	16
Ajena	15
Total Aciertos	116

Cuadro 6. Acierto con aromas

Aromas	Cantidad Aciertos
Talco	7
Manzana Verde	6
Canela	5
Vainilla	5
Pino	2
Sándalo	1
Citronela	0
Brisa Marina	0
Heliotropo	0
Tutifruti	0
Total Aciertos	26

Según las tablas anteriores las participantes tuvieron más aciertos en lo que escuchan, que en lo que huelen. Con un total de 116 aciertos en ubicar correctamente las canciones escuchadas y un total de 26 aciertos en ubicar correctamente cada aroma percibido.

7.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS ENCUESTAS CUASI-EXPERIMENTO AROMAS CON SENTIDO

Dado que el estudio es de tipo descriptivo, solo se aplicaron estadísticas descriptivas que apliquen a la investigación, además de estadísticas de frecuencia.

Medir el efecto sensorial que produce la experiencia olfativa en los clientes de la tienda de accesorios artesanales.

A continuación para medir el efecto sensorial que produce la experiencia olfativa en los clientes de la tienda, se expondrán los resultados de las encuestas realizadas por cada etapa.

- ❖ Etapa Aroma Agradable #1: Aroma a Vainilla (AA)
- ❖ Etapa Aroma Desagradable #2: Aroma a Sándalo (AD)
- ❖ Etapa Sin Aroma #3: No hay aroma (SA)

7.2.1 Aroma Agradable (AA)

- Frases para describir el olor a Vainilla percibido en la tienda (AA)

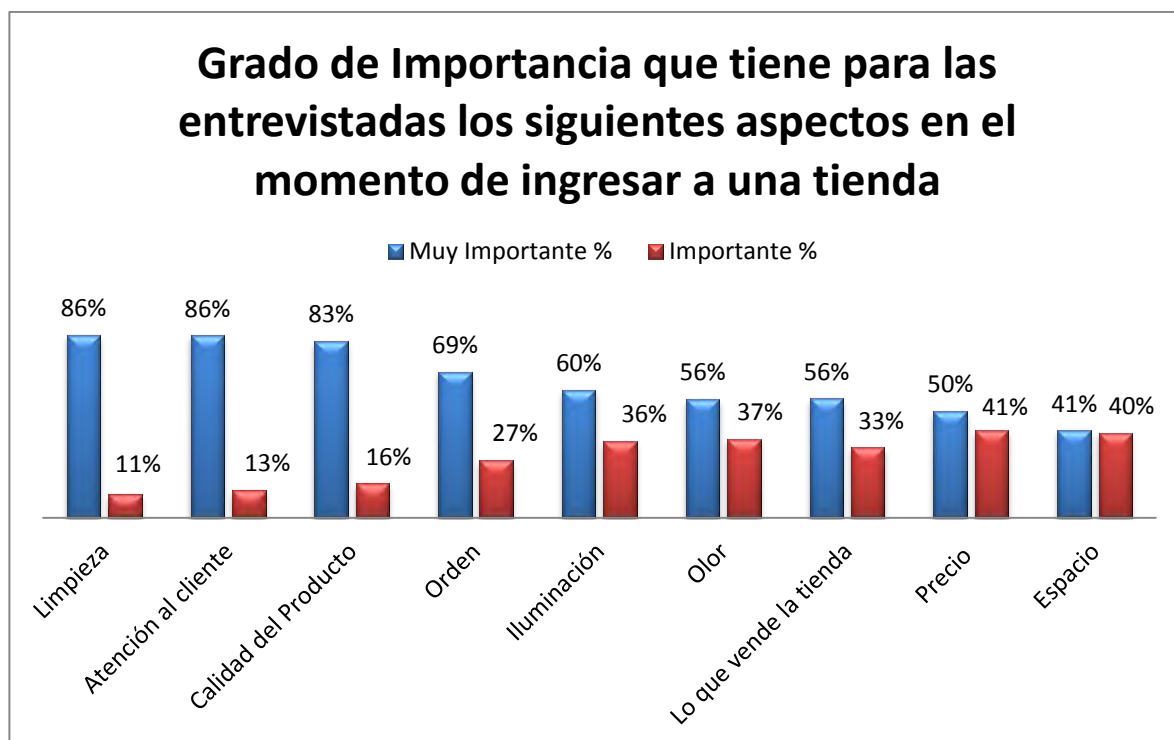
Figura 14. Gráfico Frases que las encuestadas utilizaron para describir el olor a Vainilla percibido en la tienda



La frase más utilizada por las encuestadas para describir el aroma a Vainilla según la gráfica anterior fue “Rico” con un 49% del total de las encuestas en esta etapa, es decir que el aroma a la mayoría de las encuestadas le agrado. También la palabra “encantador” fue la segunda más empleada para referirse al aroma. Únicamente a un 1% de las encuestadas el aroma a Vainilla le pareció fastidioso.

➤ Aspectos que tienen en cuenta las entrevistadas en el momento de ingresar a una tienda

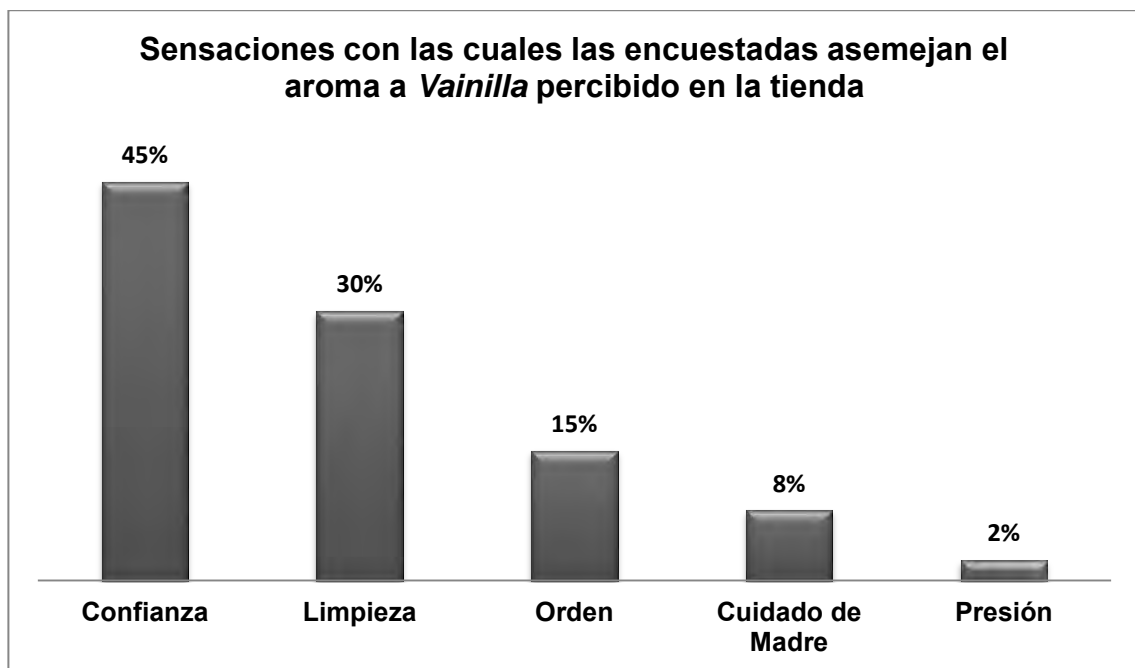
Figura 15. Gráfico Grado de Importancia que tiene para las entrevistadas los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda



Según la tabla anterior las encuestadas encuentran como “Muy Importante” la limpieza y la atención en el momento de entrar a una tienda con un 86% del total de las encuestas en AA, estos dos aspectos son los más tenidos en cuenta por ellas. Les sigue el aspecto calidad del producto también marcado como “Muy Importante” con un puntaje del 83%. El aroma se ubicó en el sexto lugar con un 56%. Por último tienen en cuenta el espacio de una tienda.

- Sensaciones con las cuales las encuestadas en la tienda asemejan el aroma a Vainilla

Figura 16. Gráfico Sensaciones con las cuales las encuestadas asemejan el aroma a vainilla en la tienda.

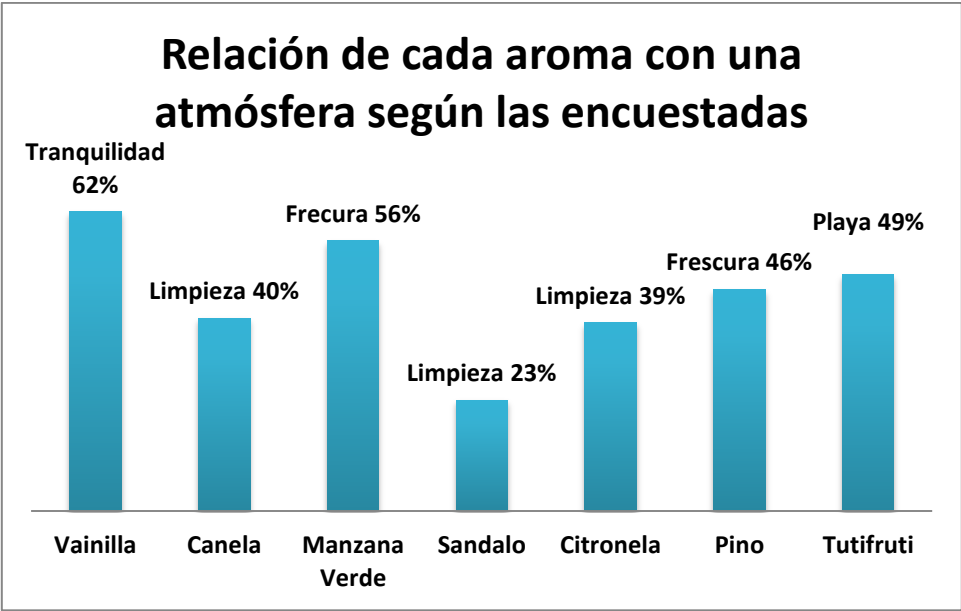


Un 45% de las encuestadas relaciona el aroma a Vainilla con la confianza, seguido de la sensación de limpieza con un 30%. Únicamente un 2% de las encuestadas relacionaron el aroma a vainilla con una sensación negativa, Presión.

- Relación de cada aroma con una atmósfera

La atmósfera con mayor selección en las encuestadas según la tabla a continuación para asemejar el aroma a vainilla fue “Tranquilidad”, un 62% de las encuestadas acertaron en esto, también utilizaron para asemejar el aroma a vainilla las atmósfera de Frescura con un 20%. El aroma a canela lo relacionaron con la limpieza con un 40%. Un 56% de las encuestadas en AA asemejó la atmósfera “Frescura” con el aroma a Manzana verde. El sándalo fue relacionado con varias atmosfera la de mayos porcentaje con un 23% fue limpieza, seguida de “Tranquilidad” con un 21% y Enfermedad con un 19%. El aroma a Citronela fue respectivo con la atmosfera limpieza y floral, el pino con frescura y Tutifrutí con Playa en un 49%.

Figura 17. Gráfico Relación de cada aroma con una atmósfera según las encuestadas



➤ Sentimientos que según las encuestadas experimentaron al entrar al almacén

Cuadro 7. Gráfico Sentimientos que según las encuestadas experimentaron al entrar al almacén

	2	1	0	1	2	
Confianza	81%	8%	4%	1%	0%	Desconfianza
Tranquilidad	79%	9%	10%	3%	0%	Presión
Seguridad	69%	13%	17%	0%	0%	Miedo
Alegría	67%	19%	13%	1%	0%	Melancolía
Satisfacción	54%	30%	13%	1%	0%	Insatisfacción

Un 81% de las encuestadas aseguró haberse sentido en confianza al entrar en la tienda de accesorios artesanales, un 79% eligieron haberse sentido tranquilas, un 69% seguras, un 67% alegres y un 54% satisfechas.

- Factores que motivaron a entrar a las encuestadas en la tienda

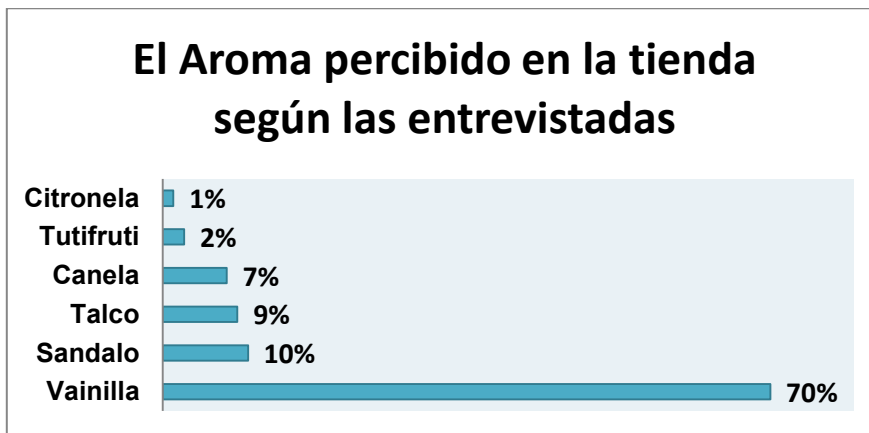
Figura 18. Gráfico Factores que motivaron a entrar a las encuestadas en la tienda AA



El factor que más motivó a las encuestadas a entrar en la tienda fue el ambiente, 34% de las encuestadas lo eligieron. El segundo lugar de motivaciones para entrar en la tienda está el aroma a vainilla con un 17%. Por último está como motivante el espacio, con un 4%.

- ¿Cuál aroma percibió en la tienda?

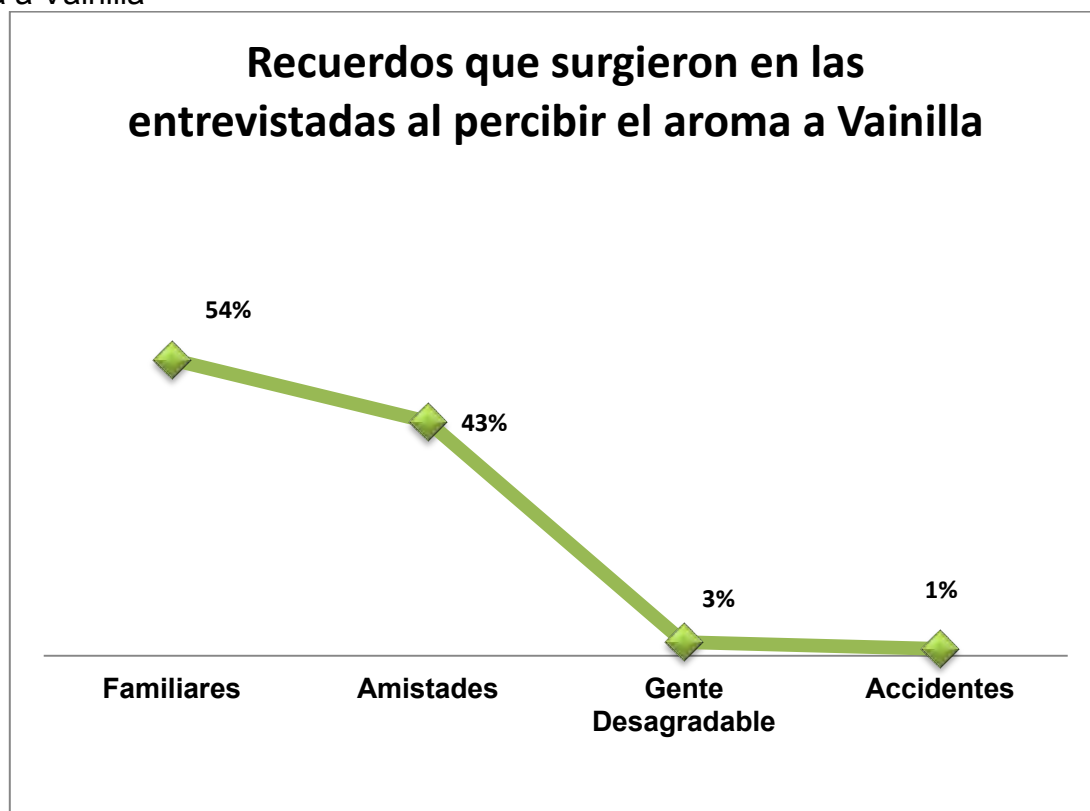
Figura 19. Gráfico El Aroma percibido en la tienda según las entrevistadas



El 70% de las encuestadas acertaron en la Etapa AA #1 eligiendo como aroma percibido el de Vainilla.

➤ Recuerdos que surgieron en las entrevistadas al percibir el aroma a Vainilla

Figura 20. Gráfico Recuerdos que surgieron en las entrevistadas al percibir el aroma a Vainilla



Los recuerdos que más surgieron en la mente de las encuestadas fueron recuerdos familiares con un 54%, seguido de recuerdos de amistades con un 43% y por último recuerdos de accidentes con un 1%.

- Características que describen los productos que ofrece la tienda según las encuestadas

Cuadro 8. Gráfico Características que describen los productos que ofrece la tienda según las encuestadas

	2	1	0	1	2	
Bonitos	84%	10%	6%			Feos
Innovadores	77%	19%	4%			Comunes
Buena Calidad	73%	17%	9%	1%		Mala Calidad
Suaves	61%	23%	13%	1%	1%	Bruscos
Caro	9%	13%	57%	14%	7%	Barato

Las encuestadas en la fase AA consideraron los productos ofrecidos en la tienda como Muy bonitos, dándoles un puntaje de 84%. Seguido por la característica de ser innovadores con un 77%. Un 73% consideran los productos de buena calidad, un 61% los consideran suaves y un 57% consideran que tiene un precio equilibrado.

- Elementos que describen la Atención al Cliente prestada en la tienda.

Cuadro 9. Gráfico Elementos que describen la Atención al Cliente prestada en la tienda

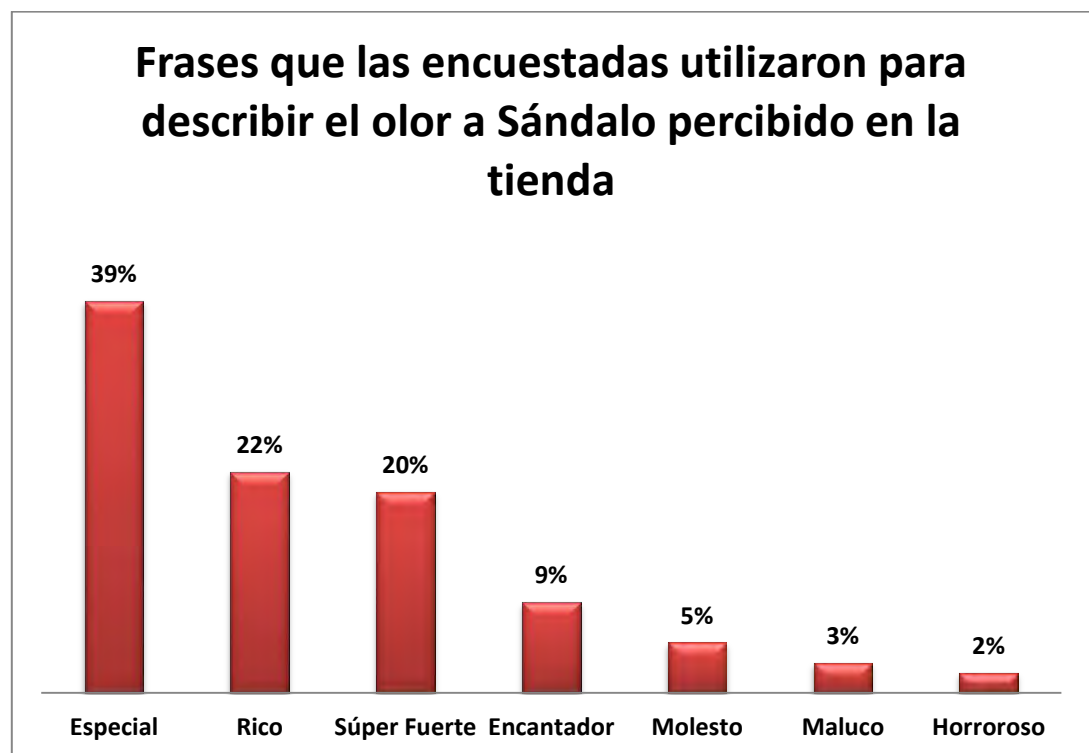
	2	1	0	1	2	
Agradable	84%	10%	6%			Desagradable
Sociable	83%	10%	7%			Retraído
Atento	76%	16%	7%			Desatento
Interesante	75%	13%	11%			Aburrido
Hábil	61%	21%	6%	1%		Torpe
Audaz	49%	19%	30%	3%		Tímido

Las encuestadas consideran la atención al cliente agradable dándole un máximo puntaje positivo, 2.

7.2.2 Etapa Aroma Desagradable #2: Aroma a Sándalo (AD)

➤ Frases que las encuestadas utilizaron para describir el olor a Sándalo percibido en la tienda

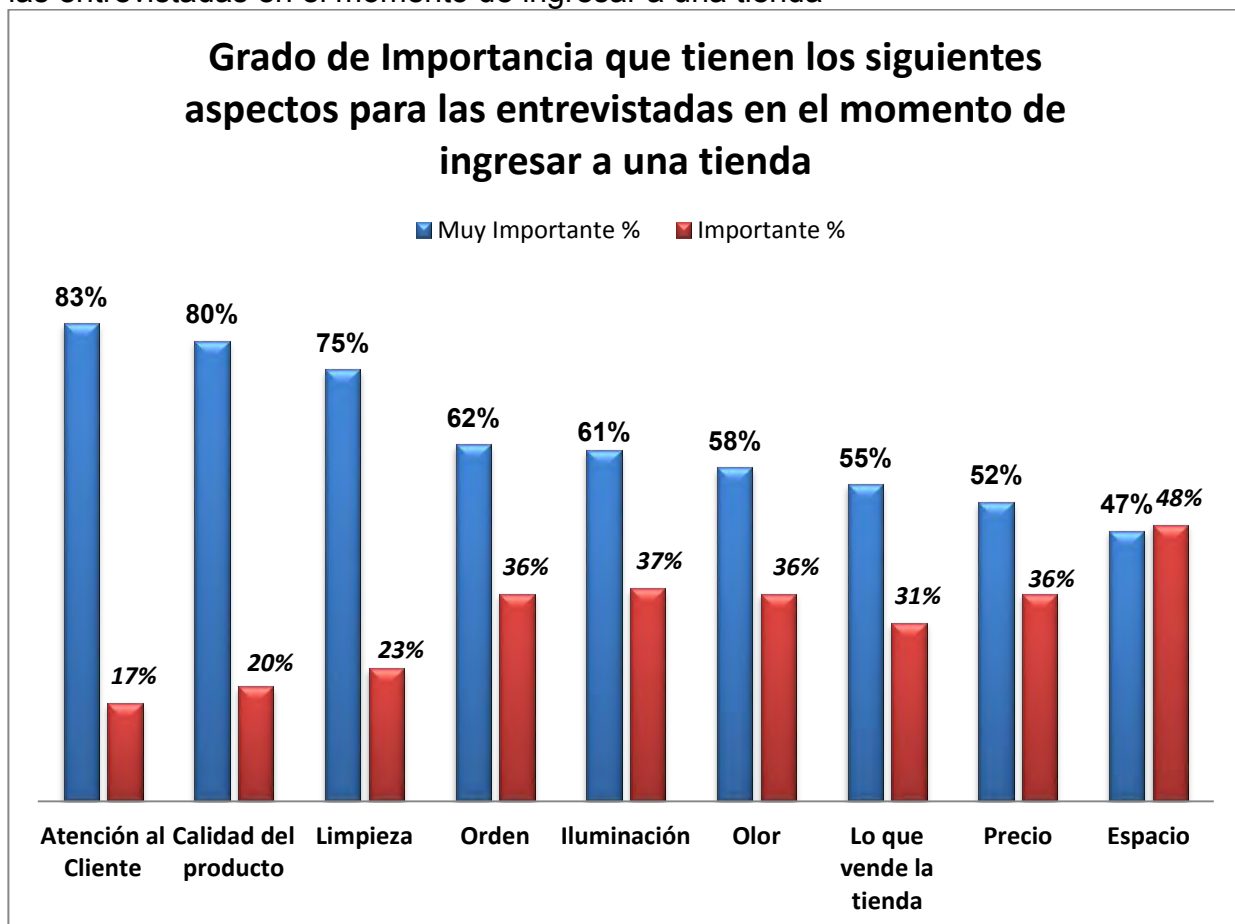
Figura 21. Gráfico Frases que las encuestadas utilizaron para describir el olor a Sándalo percibido en la tienda



Especial fue la frase que las encuestadas más utilizaron para referirse al aroma Sándalo percibido en la tienda, un 39% de las encuestadas lo seleccionaron como especial. Seguido de la frase "rico" con un 22% y por último lo señalaron como horroroso solamente un 2% de las encuestadas.

➤ Grado de Importancia que tienen para las entrevistadas los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda en la etapa AD

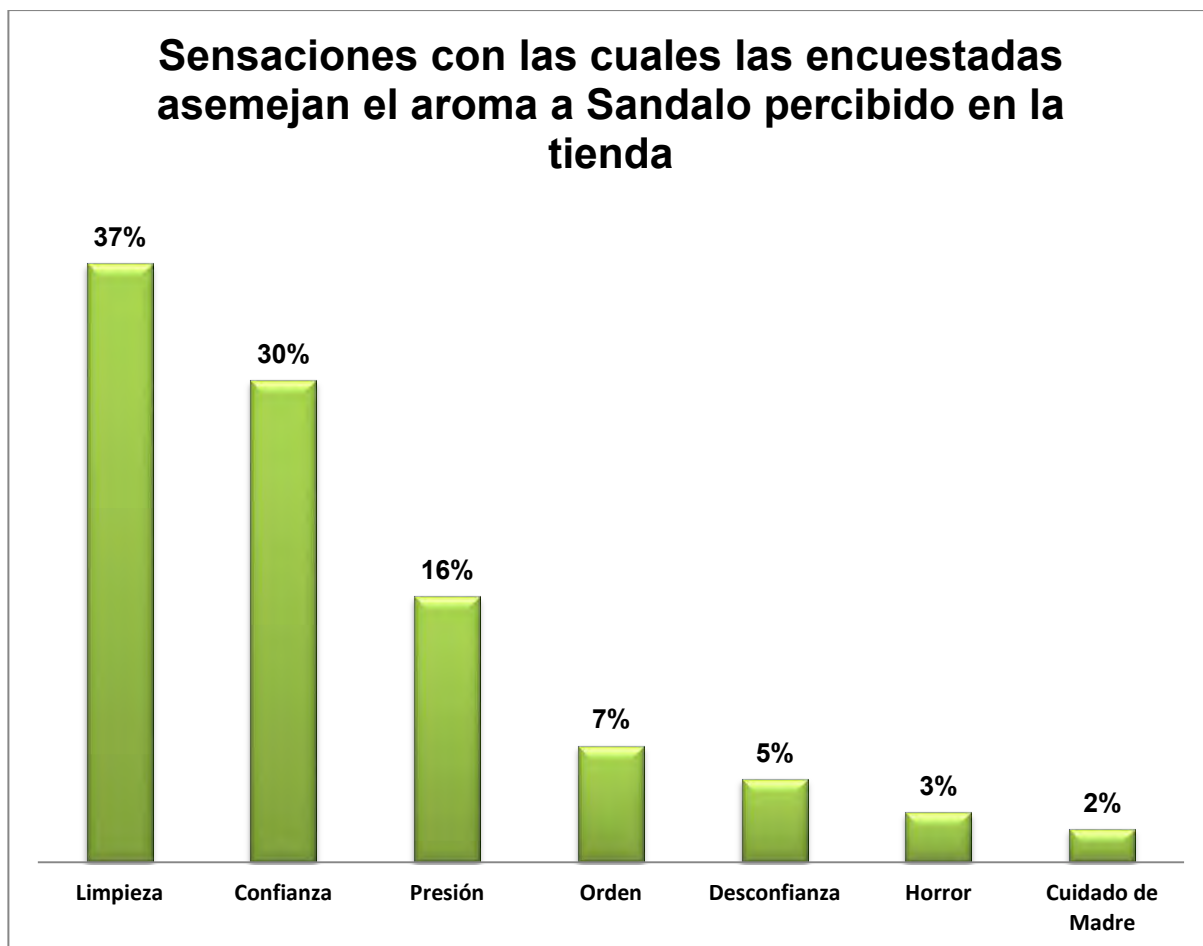
Figura 22. Gráfico Grado de Importancia que tienen los siguientes aspectos para las entrevistadas en el momento de ingresar a una tienda



En la etapa AD sigue llevando la delantera el aspecto “Atención al cliente” 83% de las encuestadas lo señalan como Muy importante, seguido de “calidad del producto” con un 80%, continua “la limpieza” con un 75%. El último aspecto que consideran menos importante es el de “lo que vende la tienda” y “el precio del producto”. El olor lo ubicaron en el puesto 6, con un 58% de las encuestadas señalándolo como muy importante.

- Sensaciones con las cuales las encuestadas asemejan el aroma a Sándalo

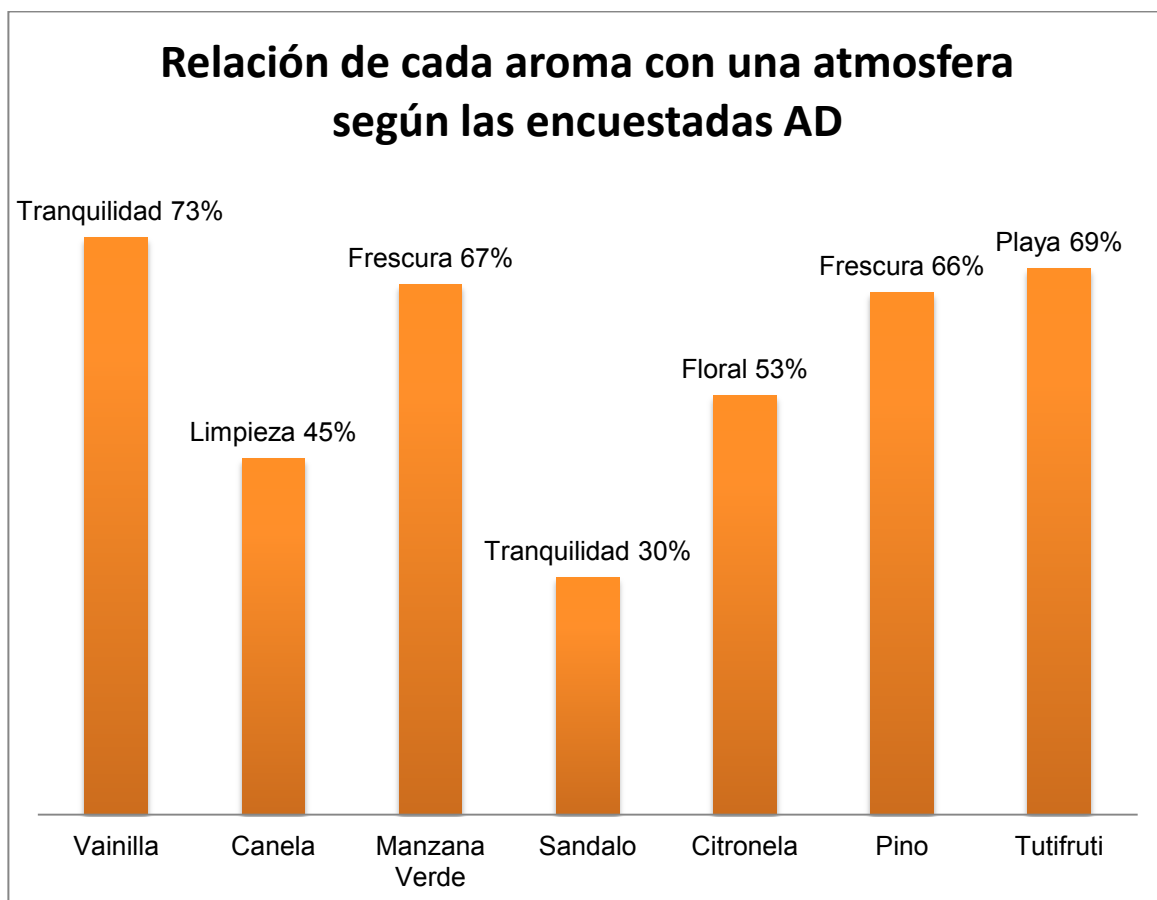
Figura 23. Gráfico Sensaciones con las cuales las encuestadas asemejan el aroma a Sándalo percibido en la tienda



Según el cuadro anterior el 37% de las encuestadas asemejaron el aroma a sándalo con una sensación de limpieza, seguido de la sensación “confianza” con un 30% y el 16% de las encuestadas relacionaron este aroma con Presión. Las sensaciones con menos porcentaje de semejanza fueron Horror con un 3% y cuidado de madre con un 2%.

➤ Relación de cada aroma con una atmosfera

Figura 24. Gráfico Relación de cada aroma con una atmosfera según las encuestadas AD



En la etapa #2 AD la vainilla continua siendo relacionada con la tranquilidad, 73% de las encuestadas escogieron esta atmosfera para referirse al aroma vainilla. El 69% de las encuestadas asemejaron el aroma tutifrutti con la atmosfera "Playa". Pino con un 66% lo relacionaron con frescura. Sándalo que es el aroma de esta etapa lo relacionaron con Tranquilidad, con un porcentaje del 30% y con un 28% con limpieza.

- Sentimientos que según las encuestadas experimentaron al entrar al almacén AD

Cuadro 10. Sentimientos que según las encuestadas experimentaron al entrar al almacén AD

	2	1	0	1	2	
Confianza	44%	23%	19%	9%	2%	Desconfianza
Satisfacción	27%	34%	28%	2%	5%	Insatisfacción
Tranquilidad	50%	20%	9%	12%	7%	Presión
Alegría	33%	23%	39%	2%		Melancolía
Seguridad	42%	27%	27%			Miedo

El sentimiento que más experimentaron las encuestadas en la fase Aroma Desagradable fue el de confianza, 44% de las encuestadas se sintieron en confianza al entrar en la tienda, el 50% de las encuestadas se sintieron tranquilas, el 42% seguras y el 34% satisfechas.

Un 12% de las encuestadas se sintieron presionadas al entrar en la tienda.

- Factores que motivaron a las encuestadas entrar en la tienda

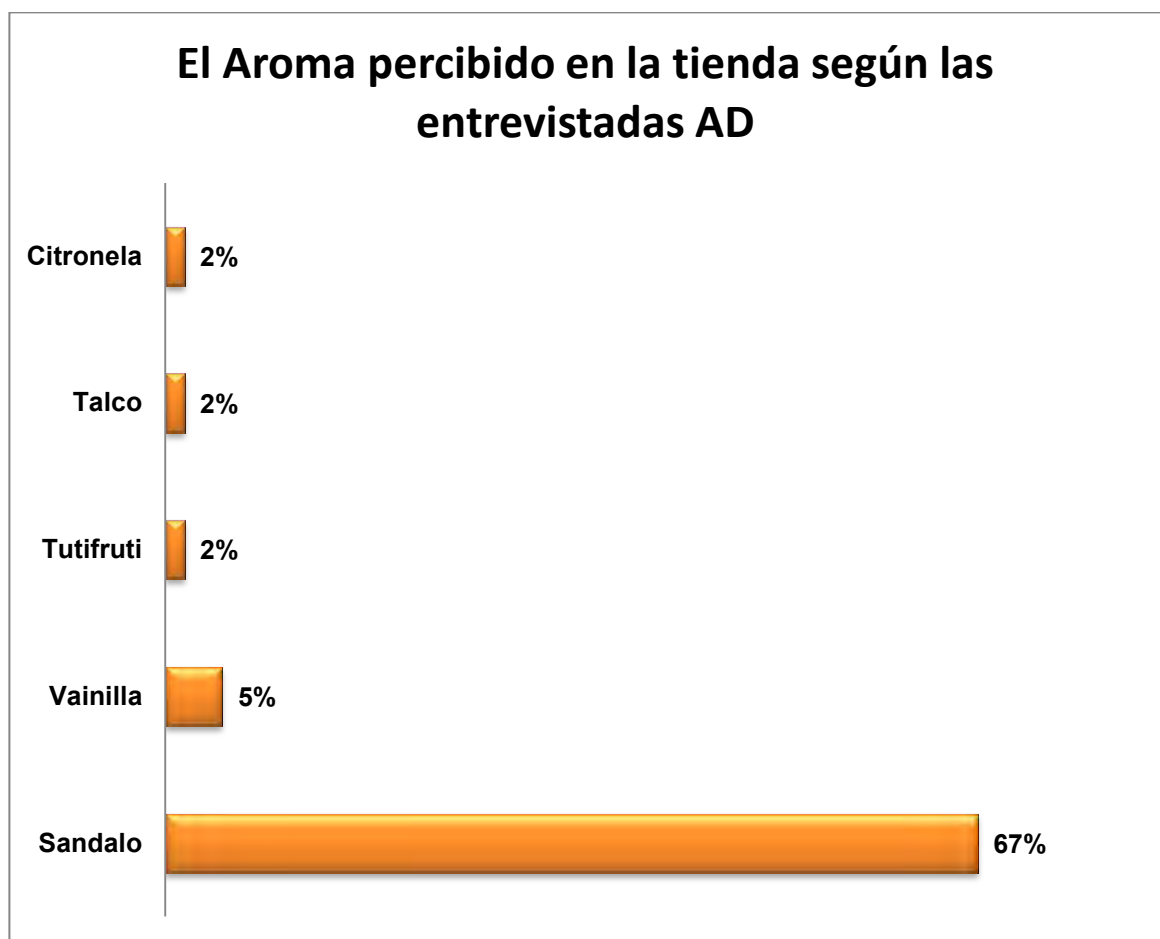
Figura 25. Gráfico Factores que motivaron a las encuestadas entrar en la tienda



La mayoría de las encuestadas fue motivada por el ambiente que maneja la tienda, con un 19%. Limpieza, color e iluminación están ubicados en segundo lugar, con un 17% cada una. El espacio fue el factor que menos motivo a las encuestadas a entrar en la tienda.

➤ El Aroma percibido en la tienda según las entrevistadas AD

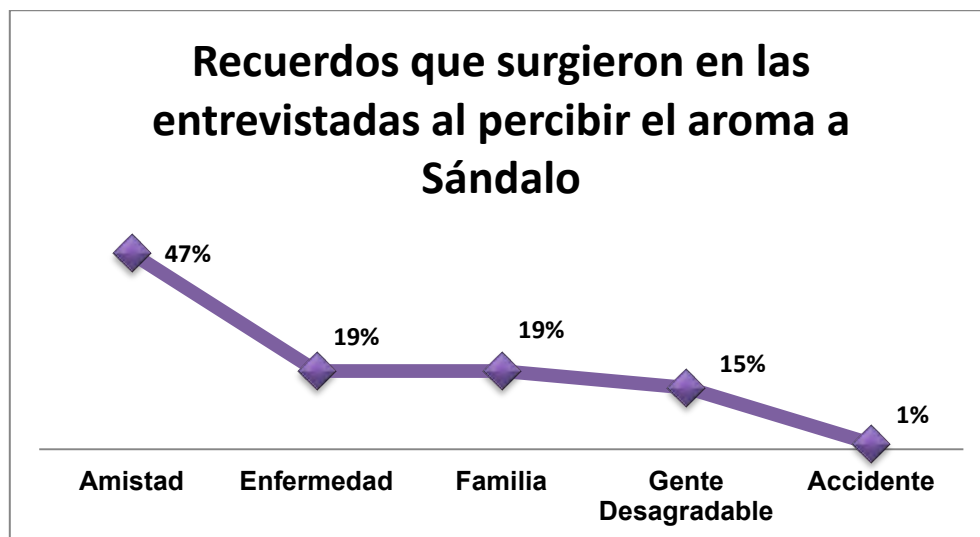
Figura 26. Gráfico El Aroma percibido en la tienda según las entrevistadas AD



El 67% de las encuestadas acertaron en el aroma expuesto en la tienda de accesorios artesanales, eligiendo el aroma a Sándalo.

- Recuerdos que surgieron en las entrevistadas al percibir el aroma a Sándalo

Figura 27. Gráfico Recuerdos que surgieron en las entrevistadas al percibir el aroma a Sándalo



El 47% de las encuestadas al percibir el aroma a sándalo le surgieron recuerdos de amistades, seguidas con un 19% por recuerdos de enfermedad y familia.

- Características que describen los productos que ofrece la tienda según las encuestadas AD

Cuadro 11. Características que describen los productos que ofrece la tienda según las encuestadas AD

	2	1	0	1	2	
Caro	2%	8%	37%	34%	16%	Barato
Buena Calidad	53%	17%	22%	6%		Mala Calidad
Innovadores	61%	22%	11%	3%	3%	Comunes
Bonitos	53%	25%	17%	3%		Feos
Suaves	37%	30%	17%	3%	9%	Bruscos

El 37% de las encuestadas cree que el precio de los productos ofrecidos en la tienda está equilibrado, no los consideran ni caros ni baratos. El 53% los consideran de buena calidad, el 61% innovadores, el 53% bonitos y un 37% consideran que los productos son suaves.

➤ Elementos que describen la Atención al Cliente prestada en la tienda, según las encuestadas.

Cuadro 12. Elementos que describen la Atención al Cliente prestada en la tienda, según las encuestadas

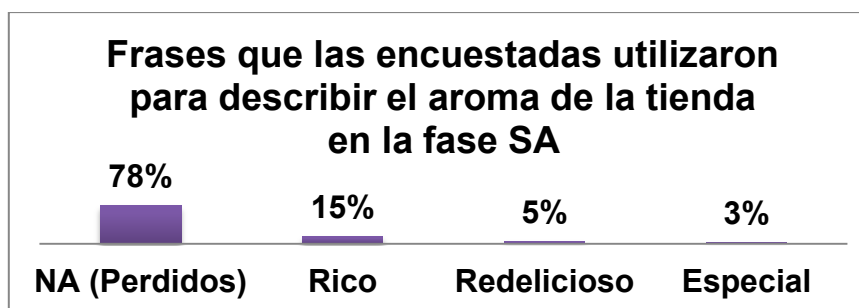
	2	1	0	1	2	
Interesante	33%	22%	41%	3%		Aburrido
Agradable	50%	27%	20%	2%	2%	Desagradable
Audaz	20%	30%	42%	3%	2%	Tímido
Atento	53%	20%	19%	3%	2%	Desatento
Hábil	44%	25%	25%	2%	2%	Torpe
Sociable	56%	20%	20%	2%		Retraído

En la etapa #2 del cuasi-experimento las encuestadas consideraron agradable la atención al cliente prestada en la tienda.

7.2.3 Etapa #3. Sin Aroma (SA)

➤ Frases que las encuestadas utilizaron para describir el aroma de la tienda en la fase SA

Figura 28. Gráfico Frases que las encuestadas utilizaron para describir el aroma de la tienda en la fase SA

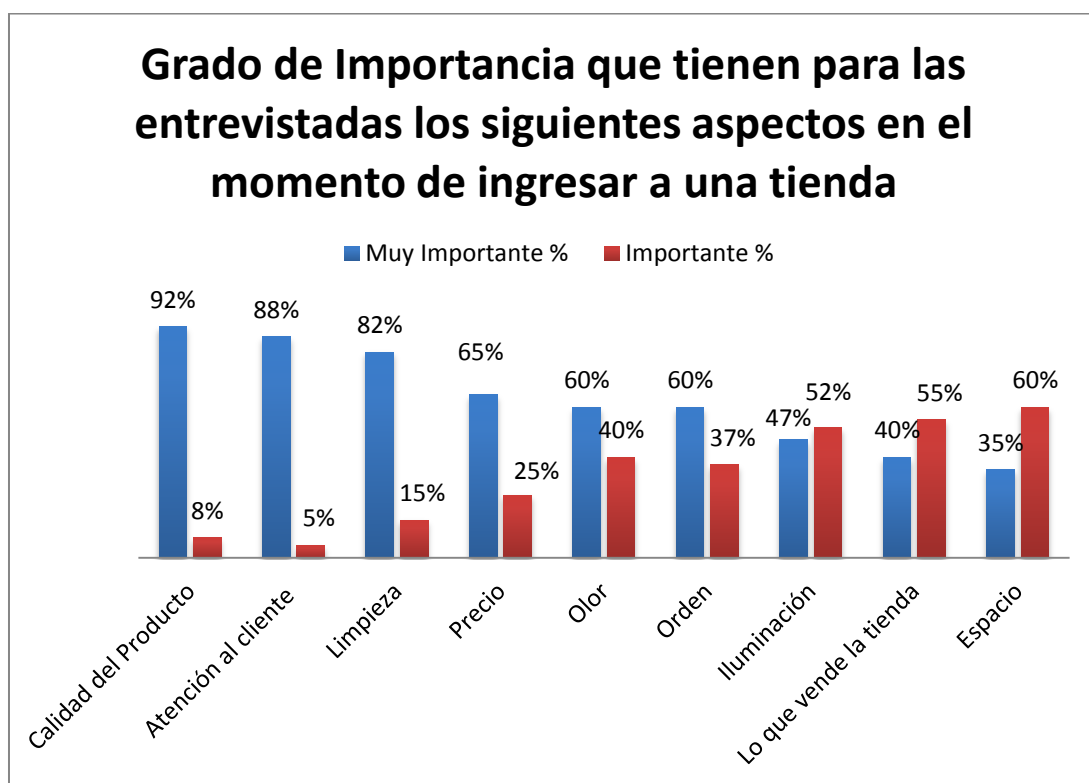


El 78% de las encuestadas no eligió ninguna frase asociada al olor, porque no encontraban ningún aroma específico en la tienda. El 15% de las encuestadas dijeron que sentían un olor rico, el 5% redelicioso y el 3% especial.

➤ Grado de Importancia que tienen para las entrevistadas los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda

El 92% de las encuestadas consideran Muy importante la calidad del producto en el momento de entrar a una tienda, en esta misma clasificación de aspectos “Muy Importantes” le sigue la atención al cliente con el 88%, limpieza con el 82%. Lo último que menos consideran importante las entrevistadas es el precio.

Figura 29. Gráfico Grado de Importancia que tienen para las entrevistadas los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda



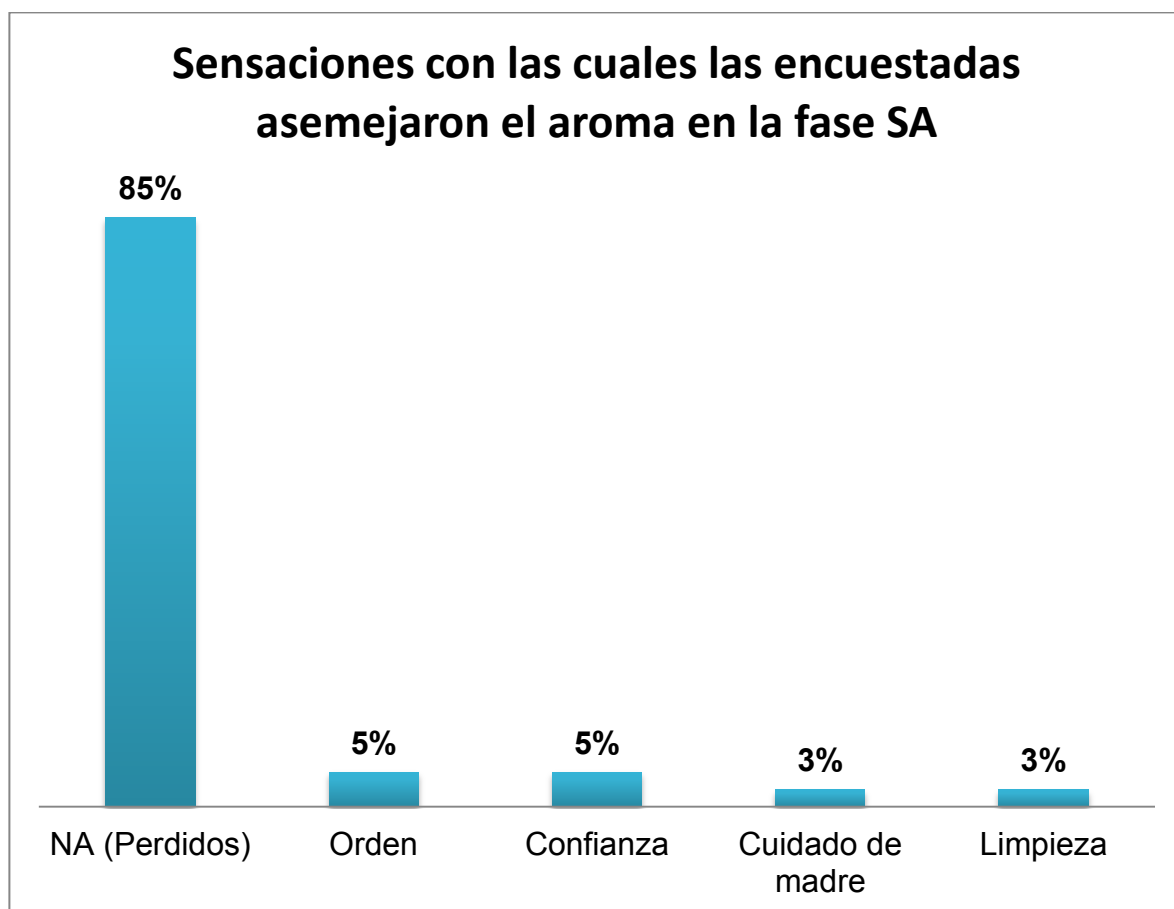
El 92% de las encuestadas consideran Muy importante la calidad del producto en el momento de entrar a una tienda, en esta misma clasificación de aspectos “Muy

Importantes” le sigue la atención al cliente con el 88%, limpieza con el 82%. Lo último que menos consideran importante las entrevistadas es el precio.

➤ Sensaciones con las cuales las encuestadas asemejan el aroma a Vainilla percibido en la tienda

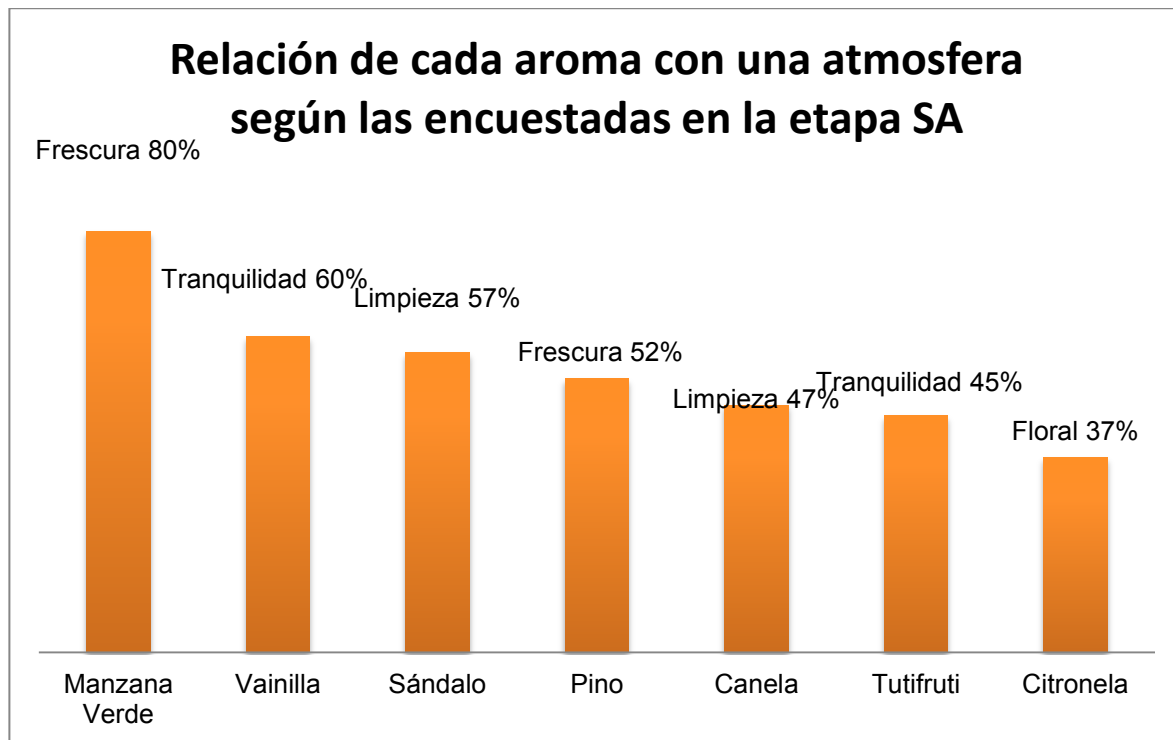
En la siguiente tabla el 85% de las encuestadas no asemejaron ninguna sensación con el aroma, ya que no percibían olor en la tienda. El 5% de las encuestadas dijeron haber asemejado el SA con orden y confianza

Figura 30. Gráfico Sensaciones con las cuales las encuestadas asemejaron el aroma en la fase SA



- Relación de cada aroma con una atmosfera según las encuestadas en la etapa SA

Figura 31. Gráfico Relación de cada aroma con una atmósfera según las encuestadas en la etapa SA



Manzana verde fue el aroma en que más coincidieron las encuestadas al relacionar con una atmósfera, el 80% de las encuestadas relacionaron la manzana verde con fresca. El 60% de las encuestadas relacionaron la vainilla con una atmósfera de tranquilidad, seguido del sándalo con un 57% y una atmosfera de limpieza, también señalaron al sándalo con un atmosfera de enfermedad con un 17%. Tutifruti fue relacionado con tranquilidad con un 45% y playa con 18% del total de las encuestadas.

- Sentimientos que según las encuestadas experimentaron al entrar al almacén

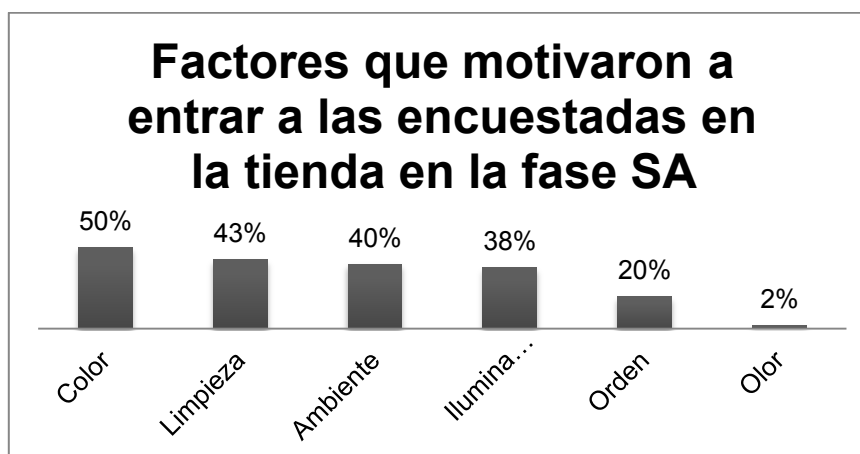
Cuadro 13. Sentimientos que según las encuestadas experimentaron al entrar al almacén

	2	1	0	1	2	
Confianza	50%	33%	13%			Desconfianza
Satisfacción	20%	25%	42%			Insatisfacción
Tranquilidad	50%	32%	15%			Presión
Alegría	35%	25%	32%			Melancolía
Seguridad	47%	30%	20%			Miedo

El 50% de las encuestadas al entrar en la tienda se sintieron tranquilas y confiadas. Un 47% se sintieron seguras. Ninguna de las encuestadas expreso haberse sentido alguna sensación negativa mientras durante la etapa Sin Aroma.

- Factores que motivaron a entrar en la tienda a las encuestadas en la fase SA

Figura 32. Gráfico Factores que motivaron a entrar a las encuestadas en la tienda en la fase SA

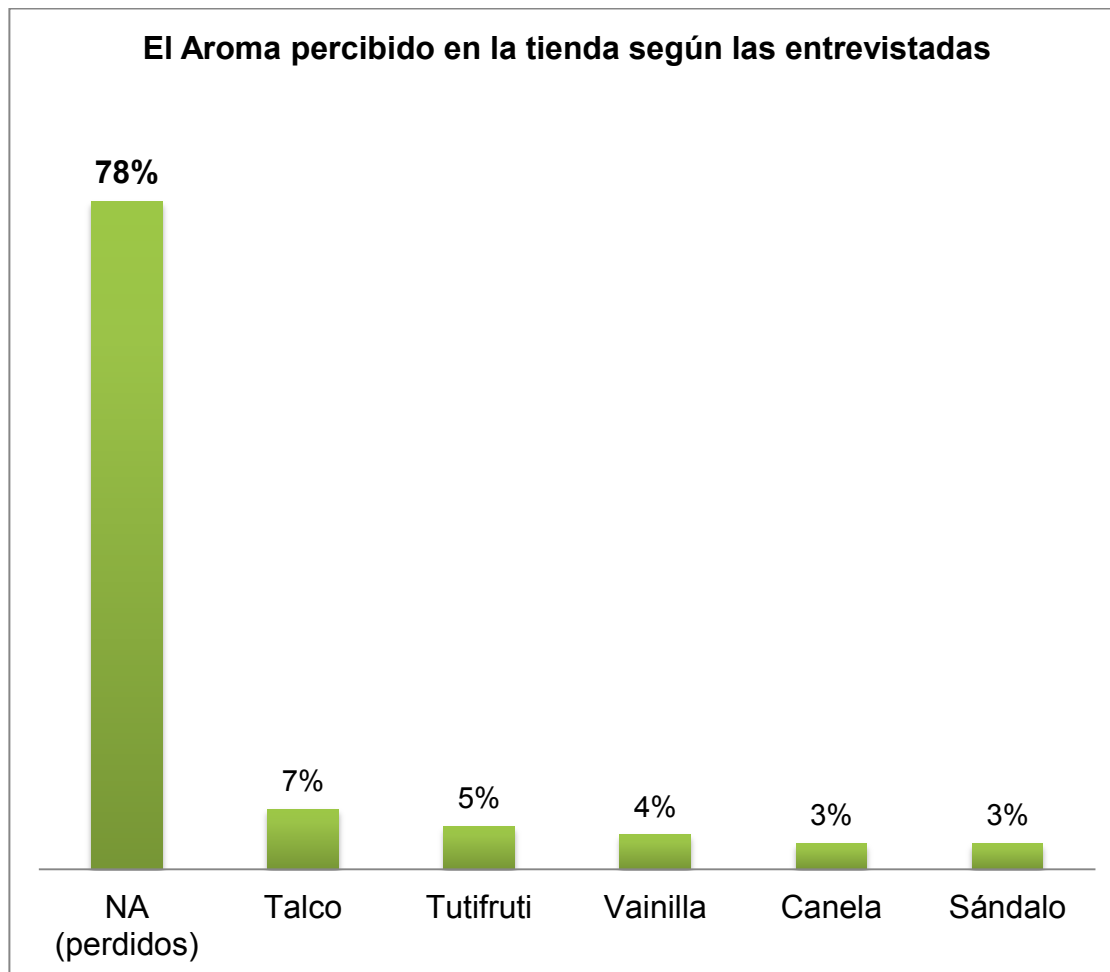


El factor que más motivo a las encuestadas a entrar en la tienda fue el color de ésta, un 50% del total de las encuestadas en la fase SA eligió el color. Seguido de

limpieza con un 43% y ambiente con un 40%. El factor con menos porcentaje de motivación fue el olor.

- El Aroma percibido en la tienda según las entrevistadas durante la etapa SA

Figura 33. Gráfico El Aroma percibido en la tienda según las entrevistadas

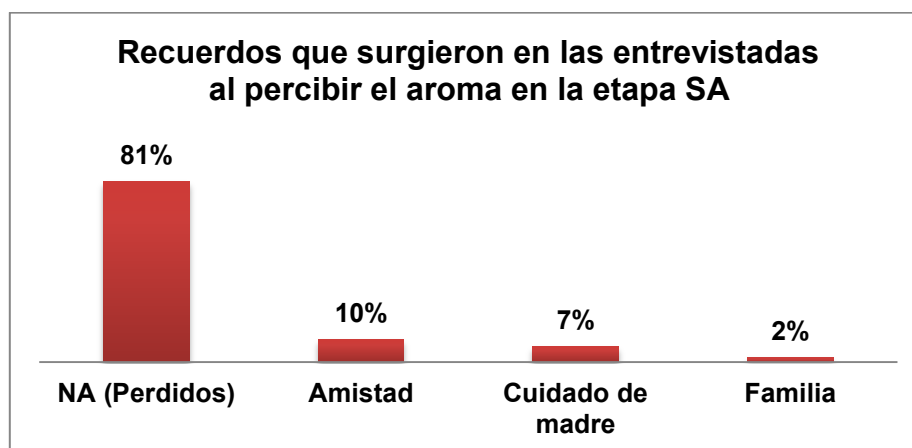


El 78% de las encuestadas no percibió aromas en la tienda.

- Recuerdos que surgieron en las entrevistadas al percibir el aroma en la etapa SA

El 81% de las encuestadas no tuvieron ningún recuerdo al ingresar en la tienda durante la etapa Sin Aroma. A un 10% le surgieron recuerdos de amistad.

Figura 34. Gráfico Recuerdos que surgieron en las entrevistadas al percibir el aroma en la etapa SA



- Características que describen los productos que ofrece la tienda en la etapa SA según las encuestadas

Cuadro 14. Características que describen los productos que ofrece la tienda en la etapa SA según las encuestadas

	2	1	0	1	2	
Innovadores	80%	17%				Comunes
Bonitos	78%	20%				Feos
Buena Calidad	57%	38%				Mala Calidad
Caro	10%	15%	45%	13%	10%	Barato
Suaves	40%	32%		20%		Bruscos

Un 80% de las encuestadas consideran los productos de la tienda innovadores y un 78% bonitos. Un 57% consideran los productos de buena calidad. Aunque un 20% los consideran bruscos.

- Elementos que describen la Atención al Cliente prestada en la tienda, según las encuestadas en la etapa SA.

Cuadro 15. Elementos que describen la Atención al Cliente prestada en la tienda, según las encuestadas en la etapa SA

	2	1	0	1	2	
Interesante	28%	22%	42%			Aburrido
Agradable	58%	37%	30%			Desagradable
Audaz	2%	27%	50%	3%		Tímido
Atento	65%	30%	2%			Desatento
Hábil	42%	40%	10%			Torpe
Sociable	67%	25%	10%			Retraído

El 67% de las encuestadas consideraron a la vendedora sociable, un 58% agradable. Un 3% consideraron a la vendedora tímida.

7.3 IMPACTO EN VENTAS AL APLICAR UNA ESTRATEGIA DE MARKETING SENSORIAL OLFATIVO EN UNA TIENDA DE ACCESORIOS ARTESANALES

Para evaluar el impacto en ventas durante las 9 semanas de duración del cuasi-experimento de solicitó al área comercial de la tienda el número de ventas realizadas en este lapso de tiempo y el valor monetario en ventas.

Ventas hechas en el almacén durante las 9 semanas del cuasi-experimento

Cuadro 16. Ventas Cuasi-Experimento

	Número en ventas	Dinero en ventas	Dinero en ventas sin atípicos
Fase AA	17	\$ 1,295,000	\$ 1,295,000
Fase AD	15	\$ 1,165,000	\$ 1,165,000
Fase SA	11	\$ 1,413,000	\$ 1,105,000

Evaluando el cuadro número de ventas, en la fase AA con el aroma a vainilla se vendieron 17 veces, 3 veces más que en la fase AD con el aroma a sándalo y 6 veces más que en la fase Sin Aroma.

En valores monetarios, las semanas en las que más se vendió fueron las semanas pertenecientes a la fase Sin Aroma con un total de \$1"413.000, \$118.000 más en las primeras 3 semanas con el aroma a vainilla y \$248.000 más que en la fase de aroma desagradable perteneciente al sándalo.

Aunque esta cifra que alcanzaron las ventas en la etapa Sin Aroma se debió a un suceso atípico, una extranjera bolivariana compró 12 pares de sandalias el mismo día.

Evaluando lo anterior la etapa con aroma a vainilla, aroma agradable, fue la etapa líder en la cual la tienda tuvo mayores ingresos y se generó el más alto número en ventas, en comparación de las otras dos etapas.

8. CRONOGRAMA

		AG O	SE P	OC T	NO V	DI C	EN E	FE B	MA R	AB R	MA Y	JU N	JUL	AG O	SE P	OCT	NO V	DI C	EN E
1	Recolección datos primarios y secundarios																		
3	Organizació n datos																		
4	Identificar lugar Fase exploratoria																		
5	Contactar participante s sesiones de grupo.																		
6	Desarrollo Focus Group. Cámara de Gesell. UAO																		
7	Análisis del discurso.																		
8	Organizació n resultados fase experiment al																		
9	Cuasi- Experiment o Tienda accesorios																		
10	Análisis resultados																		
11	Entrega y sustentació n final.																		

9. CONCLUSIONES

De acuerdo con los objetivos planteados a través de esta investigación se llega a las siguientes conclusiones:

- ❖ En cuanto al objetivo de Identificar los aromas de preferencia y desagrado en el target de la tienda de accesorios artesanales.
 - El aroma de preferencia fue el aroma a Vainilla con un 38% de participación en el total de aromas elegido como preferido por el mercado objetivo de la tienda. Durante todas las técnicas aplicadas en la investigación como en los grupos focales y el cuasi-experimento, el aroma a Vainilla siempre fue seleccionado como el aroma predilecto de las participantes.
 - El segundo lugar de aromas preferidos por el target de la tienda se lo llevo el aroma a Canela con un 17% en participación.
 - El aroma que causó más aversión en las participantes de los grupos focales fue el Sándalo con un 38%, seguido de Citronela y Tutifruti con un 25% y 21% del porcentaje total.
 - En el cuasi-experimento el aroma a Sándalo produjo sensaciones que difieren completamente con las sensaciones obtenidas en los grupos focales. Según los resultados arrojados en los cuestionarios, el sándalo causó en las clientas del almacén un sentimiento de limpieza con un 37% y tranquilidad con un 50% del total de las encuestadas.
 - Un aroma específico sí logra crear preferencia o aversión desde el consumidor hacia un producto o una tienda, esto se evidencia dado que el segundo aspecto que más tienen en cuenta según las encuestadas a la hora de entrar a una tienda es el Olor con un 21% del total de las participantes, siendo Atención al cliente el primer aspecto con un 26% y Orden en tercer lugar con un 13%. Además las entrevistadas dieron a conocer sus almacenes de preferencia basadas en el aroma que conserva cada almacén, estos fueron: Tennis con un 45%, Studio F con un 16% y Tiendas Hindú con un 5%.
- ❖ Con respecto al objetivo de medir el efecto sensorial que produce la experiencia olfativa en el segmento de mercado de la tienda, se pudo evidenciar que:
 - Es indispensable en un punto de venta manejar una buena atención al cliente, éste es el factor más tenido en cuenta y recordado por las mujeres a la hora de ingresar a una tienda el cual representó el 86% del total del porcentaje de los factores más tenidos en cuenta en el momento de ingresar a un almacén.
 - Un rico o especial aroma en el punto de venta es de gran importancia si se quiere aumentar el flujo de clientes o posibles clientes, esto se afirma al evaluar los resultados en el número de ventas que se obtuvieron en la etapa

Aroma Agradable (AA) ya que un hubo un 14% más de flujo de personas en comparación con las demás fases del cuasi-experimento.

- Se podría pensar que las personas en general asocian el olor a vainilla con dulces y postres de acuerdo con lo expresado en las sesiones de grupo, pero realmente este aroma causa en los seres humanos sensaciones de tranquilidad y ambiente familiar según lo hallado en la fase experimental con un 62% en relación con atmosferas de tranquilidad y un 54% en recuerdos que surgieron referente a familiares.
 - De acuerdo con lo expresado en la fase cualitativa Tennis tienda de ropa es la tienda más recordada por su aroma, está posicionada en la mente de las caleñas por la estrategia de marketing olfativo que maneja.
 - De acuerdo con lo evidenciado en la fase experimental el ambiente que maneja una tienda o punto de venta es trascendental para motivar y atraer compradores, pues esto se puede sustentar con lo hallado en esta investigación, precisamente es el elemento que más cautiva a los visitantes de la tienda de Accesorios Artesanales Diana Alos obteniendo el 34% del total de porcentaje e los factores que los motivaron a entrar en la tienda, seguido del olor con un 17%.
- ❖ Con respecto al objetivo de evaluar el impacto en ventas y percepción al aplicar una estrategia de marketing sensorial olfativo en una tienda de accesorios artesanales se pudo evidenciar que:
- Aunque durante el desarrollo de la investigación en términos de ventas, se aprecia un mayor volumen de dinero en las semanas de control (Fase sin Aroma) con un 3% más de ingresos en ventas, cabe indicar que estas ventas se debieron a compras atípicas acontecidas durante el periodo SA las cuales si no se tiene en cuenta la fase en la que más vendió la tienda fue con Olor Agradable con un 36% del total de ingresos durante las tres fases.
 - Esto demuestra que hubo un aumento en las ventas regulares de las semanas aroma agradable con respecto a las semanas sin olor y con olor desagradable con un 33% y 31%.

10. RECOMENDACIONES

Al desarrollar el estudio se generaron situaciones a tener en cuenta para próximas experiencias investigativas entre las cuales se tiene:

- ❖ Establecer un patrón de consumo como línea de base más amplio, claro que éste dependerá de las actividades en el tiempo de la compañía.
- ❖ Establecer estudios e investigaciones que permiten generar Odotipos específicos para imagen de marca olfativa.
- ❖ Realizar investigaciones de tipo experimental completo con métodos de grupos de Sóloman.
- ❖ Dado que este estudio es de carácter descriptivo los datos presentados y los hallazgos se encuentran enmarcados en dicho alcance, pero es posible, el uso de estos datos para establecer análisis de tipo correlacional y de significancia estadística.
- ❖ Determinar inicialmente el perfil de consumo de la afluencia de clientes con el fin de conservar las mismas condiciones durante todo el estudio.
- ❖ Determinar inicialmente la brecha de participantes con alergias a ciertos aromas.
- ❖ Establecer un patrón de género, para identificar si existen diferencias de comportamiento de consumo entre hombres y mujeres.

BIBLIOGRAFÍA

Alpematic [En línea]: Marketing Olfativo y Neutralización de Olores. (2013). Disponible en: <http://alpematic.blogspot.com/>

ÁLVAREZ DEL BLANCO, Roberto. Branding hoy: estrategias que funcionan. Marca multisensorial, espléndidamente lúcida. Harvard Deusto. Marketing & Ventas. (Sept/ Oct 2011).

ÁLVAREZ DEL BLANCO, Roberto. Neuromarketing, fusión perfecta: seducir al cerebro con inteligencia para ganar en tiempos exigentes. Edición Pearson Educación. Madrid. (2011).

ÁLVAREZ DEL BLACO, Roberto. Nueromarketing: hallazgos inteligentes en la caja de pandora del cerebro. Harvard Deusto Business Review. (2010).

AVELLO, María; Gavilán, Diana; Abril, Carmen. Marketing auditivo: ¿a qué suena una marca? Harvard Deusto. Marketing & Ventas. (Mar/Apr 2011).

BAPTISTA, Maria Virginia. Neuromarketing: know customers through their perceptions. Noviembre 2010, Vol 4. (2010).

BEDINI, Silvia. . El sentido del olfato y su relación con las emociones. Junio 2010. Disponible en: <http://suite101.net/article/el-sentido-del-olfato-y-su-relacion-con-las-emociones-a19918>

BERND H. Schmitt. Experiential marketing. Deusto, Barcelona. (2000).

BRAIDOT, N. Estrategias neurocientíficas de marketin. (2005). Disponible en: http://www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/e_news_abril_2009.pdf
BADDELEY, A. Su memoria: Como conocerla y dominarla. Madrid. (1984).

BRAIDOT, Néstor. Neuromarketing, neuroeconomía y negocios [En línea]. Braidot, business & neuroscience.. Salamanca. (2010). Disponible en:

http://www.braidot.com/upload/506_Neuromarketing%20Aplicado.pdf

BRAIDOT, N. Neuromarketing: ¿por qué tus clientes se acuestan con otro si dicen que les gustas tú? [En línea]. Barcelona, España. (2008). Disponible en: http://web.usal.es/~nbraidot/material_alumnos/4to-ade-08-De-Políticas-comerciales-a-Neuromarketing.pdf

BREWER, J. D., ZHAO, Z, Desmond, J. E., GLOVER, G. H. y Gabrieli, J. D. E. Making Memories: Brain Activity that Predicts How Well Visual Experience Will be Remembered. Science, 281, 1185-1187. (1998).

Centro Interdisciplinario de Neurociencia. ¿Qué es la Neurociencia? Neuro UC. (2007). Disponible en: <http://www.neurouc.cl/antecedentes.php>

CONSTANZO, Linda S. FISIOLOGÍA. Barcelona, España. Cuarta Edición (2010).

COSTA, Joan. La marca: creación, diseño y gestión. México. (2010). Disponible en: <http://www.joancosta.com/>

DAMASIO, Antonio y LEDOUX, Joseph. Avance procedente de las neurociencia demostrada en investigación. (Febrero de 2006). Vol. 311.

DE LANGE, Catherine. „Exquisite Sense“, New Scientist, Vol. 211, 2830. (2010).

DÍAZ LÓPEZ, Carmen María. Marketing olfativo ¿Qué olor tienes en mente? [En línea]. (Julio 2013). Disponible en: https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/2828/071440718G_GADE_julio13.pdf?sequence=1

EBBINGHAUS, H. Memory. Nueva York. Dover Publications, Inc. (1885).

EGUIBAR, E. Los aromas y el cerebro: Olfateo, luego entonces, deseo. (Spanish). Metapolítica, Vol 12. Fuente Académica Premier, EBSCOhost. (2008).

FRIDE, E. BEN-OR y ALWEIS, C. Mitochondrial protein synthesis may be involved in long-term memory formation. *Pharmacology, Biochemistry and Behavior*. 32: 873-878. (1989).

GALLEGO, Soledad M. y GOROSTQGUI, Maria Elene. Procesos cognitivos. Disponible en: <http://www.reocities.com/sicotema/1190494636.pdf>

GALARZA Peña, Mario. Neuromarketing. (Enero 2010). Disponible en: http://www.diariolaprimera Peru.com/online/columnistas-y-colaboradores/neuromarketing_54290.html

GARCÍA Moreno, Luis Miguel. Memoria y Olfato: Interferencias Funcionales. (1992). Disponible en: <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19911996/S/4/S4003901.pdf>

GAVILÁN Diana, Abril Carmen, Serra Teresa. Marketing olfatorio: el olor de los deseos. Harvard Deusto. *Marketing & Ventas*. No. 103. (Mar/Apr 2011).

GOBÉ, Mark. Branding Emocional. El nuevo paradigma para conectar las marcas emocionalmente con las personas. Barcelona: Divine Egg Publicaciones. (2001).

GÓMEZ, Claudia. MEJÍA, Jorge Eduardo. La gestión del marketing que conecta los sentidos. (2011). Disponible en: <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/viewFile/557/496>

GÓMEZ Suárez, Mónica. GARCÍA Gumiel, Cristina. 'Marketing Sensorial: Cómo desarrollar la atmósfera del establecimiento comercial', *Distribución y Consumo* (2012).

HALTY, Lucía. La importancia de la emoción en la toma de decisión. Universidad Pontificia Comillas de Madrid. (2010) Disponible en: <http://www.fes21.org/content/index.php/noticias-articulos/80-la-importancia-de-la-emocion-en-la-toma-de-decision->

IANNINI, Maxi. Marketing olfativo, un valor diferencial. (Spanish) *MK - Marketing Más Ventas*. Fuente Académica Premier. (2010)

INTRODUCCIÓN A LA INGENIERÍA BIOMEDICA, Universidad Pontifica Bolivariana. Capítulo 2: Elentrofisiologia. (2009)

KRISHNA, Aradhna. An integrative review of sensory marketing: Engaging the senses to affect perception, judgment and behavior. Journal Of Consumer Psychology (Elsevier Science), Vol. 22. (2012)

KRISHMA, Aradhna. Sensory Marketing: research on the sensuality of products. New York USA: Taylor & Francis Group
LEDOUX J. E. (1997). Emotion, Memory and the Brain. Scientific American (Edición especial). Sept, Págs. 68-75. (2012)

LENDERMAN, Max. Marketing experiencial: la revolución de las marcas. ESIC EDITORIAL. Madrid, España. (2008)

LINDSTROM, Martin. Brand Sense. New York. 2005. (2008)

LINDSTROM, M. Compradicción: verdades y mentiras acerca de por qué las personas compran. (A. Arias, Trad.) Bogotá: Grupo Editorial Norma. (2009).

MANZANO, R. Serra, T. Y Gavilán, D. Marketing sensorial: Comunicar a través de los sentidos en Marketing Sensorial: nuevas claves para su gestión. Harvard Deusto. Marketing y Ventas. (Mar/Apr 2011).

MALDONADO Saavedra, Octavio. El sistema olfatorio: el sentido de los olores. Revista de divulgación científica y tecnológica de la Universidad Veracruzana. (2012). Volumen XXV.

MARTÍNEZ Selva, JM. Mecanismos cerebrales de la toma de decisiones. (2006). Disponible en:
http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:mqYtMfel_klJ:webjam-upload.s3.amazonaws.com/mecanismostd___701d6bc8599940e59adbb995a155972a__49__.pdf+Mecanismos+cerebrales+de+la+toma+de+decisiones&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=co

MONTES, Michel. Common Sense Production [En línea]: Fundamentación Olfato. Valencia. (2010) Disponible en: http://www.commonsenseproductions.nl/scripts/es/scripts-es/documents/Fundamentacionolfatobibliografia_000.pdf

MORIN, C. Neuromarketing: The New Science of Consumer Behavior. Society, Vol. 48. (2011).

OSPINA, J. y SAMPER, F. El efecto de los aromas en la recordación de marca. Mejores Proyectos de Grado, Facultad de Administración, Universidad de los Andes. No.49. Bogotá, D.C. Guías de Impresión. (2010, febrero).

OLFABRAND & ZAPATA. A. El sentido del olfato se vincula al marketing. (17 de 01 de 2008). Recuperado el 10 de noviembre de 2010, de: <http://mercadeoypublicidad.com/Secciones/Noticias/DetalleNoticias.php?recordID=8826&PHPSESSID=1cdf15dcde721da3383853e551025ceb>

PRADEEP, A.K. The Buying Brain: secrets for selling to the subconscious mind. New Jersey, USA: .John Wiley & Sons, Inc., Hoboken. (2010).

QUIRÓZ, Luis Diego. 'Con olfato para los negocios', Revista Summa. Abril del 2012. Disponible en: <http://www.revistasumma.com/edicion-impresia/edicion-215/24488-con-olfato-para-los-negocios.html>

SOSA Correa, Manuel. Escala autoinformada de inteligencia emocional. (2008). Disponible en: <http://eprints.ucm.es/8685/1/T30581.pdf>

SYLVIA, Rosa. La compra de los sentidos. Factores determinantes, estrategias, tendencias y expectativas. (2011, 17 de febrero). Disponible en: http://www.mercasa.es/noticias/post/la_compra_de_los_sentidos

SPANGENBERG, Eric, Crowley Ayn, y Henderson, Pamela. Improving the Store Environment: Do Olfactory Cues Affect Evaluations and Behaviors? [En línea]. The Journal of Market , 60 (2), págs. 67-80. American Marketing Association. (1996, abril). Disponible en: <http://the-ol-factory.com/olfactoryCues.pdf>

ZOLA Morgan, Squire, L.R. y Mishkin, M. The neuroanatomy of amnesia: Amygdala-hippocampus versus temporal stem. Science. 218: 1337-1339. (1982)

ANEXOS

Anexo A: Resumen estado de arte

El neuromarketing se deriva de la mezcla de la neurociencia y el mercadeo, mezcla realizada con propósitos comerciales para indagar en el cerebro de los consumidores a través de los sentidos, obteniendo respuestas fijas sobre sus deseos y necesidades. La tendencia de Neuromarketing comenzó a aparecer alrededor del año 2002 (Cristophe Morin, 2011), ésta ha tenido un alto nivel de aceptación en las compañías y los mercadotécnicos, conllevando a un avance y múltiples experimentos de comprobación de hipótesis y supuesto, dando como resultado la efectividad de las estrategias creadas a base del marketing sensorial.

Existen diferentes mecanismos para realizar dichos analisis cerebrales: Electroencefalografía (EEG), la Magnetoencefalografía (MEG) y la Resonancia Magnética Funcional (fMRI). Las tres técnicas de imagen no son invasivas y por lo tanto pueden ser utilizadas con seguridad para la investigación de mercados. El EEG es una tecnología bastante antigua en neurología, pero sigue siendo considerado una buena manera de medir la actividad cerebral. Las células responsables de las bases biológicas de nuestra cognitivo respuestas se llaman neuronas. Contamos con más de 100 mil millones neuronas y billones de conexiones sinápticas que representan la base de los circuitos neuronales. En presencia de un estímulo particular como un pedazo de publicidad, las neuronas se activan y producen una pequeña corriente eléctrica que puede ser amplificada. Cuando el EEG se utiliza para un experimento de investigación comercial, se colocan electrodos en el cuero cabelludo de un sujeto prueba, típicamente mediante el uso de un casco o una banda. Las ondas cerebrales se pueden grabar en intervalos de tiempo muy pequeños. Algunas de las bandas nuevas EEG puede grabar hasta 10.000 veces por segundo. La limitación del EEG sin embargo es que no tiene una buena resolución espacial, significa que no puede localizar con precisión donde las neuronas están disparando en el cerebro, Esto es simplemente porque los electrodos en el cuero cabelludo no pueden recoger señales eléctricas que residen mucho más allá de la corteza. Si bien los conocimientos adquiridos mediante el uso de EEG puede ser útil para evaluar el valor de una pieza de publicidad, son insuficiente para ayudarnos a entender el proceso cognitivo responsable de desencadenar la actividad en todo el cerebro. Considerado como un primo de EEG, MEG surgió en los midsixties y ha ganado mucha atención en los últimas décadas, debido a las enormes mejoras realizadas en medir campos magnéticos de formación de imágenes en el cerebro. Como hemos discutido anteriormente, la actividad cerebral es una función de las señales electroquímicas entre neuronas. La actividad neuronal crea un campo magnético que puede ser amplificado. MEG tiene una excelente resolución temporal, pero lo

más importante, una mejor resolución espacial que el EEG. Sin embargo, como EEG, MEG es un poco limitado a recoger la actividad en la superficie del cerebro, por lo que no es un buen método para áreas de formación de imágenes subcorticales. Así, mientras MEG sigue mejorando y proporciona una excelente manera de grabar casi en tiempo real las respuestas a eventos cognitivos, cosa que no es ideal para realizar estudios de investigación de marketing, debido a que estos investigan ambas funciones cognitivas superiores (cortical) y emocionales (subcortical). A diferencia de los dos EEG y MEG, la modalidad de fMRI se basa en el uso de un escáner de resonancia magnética para obtener imágenes del cambio del flujo sanguíneo en el cerebro. Cuando las neuronas se activan, tienen que utilizar la energía que es transportada por el flujo de sangre y rápidamente metabolizada. Ek fMRI es 10 veces mejor que el EEG, proporcionando a los investigadores la capacidad de la imagen de la actividad de un voxel, a un cubo de neuronas (1 mm x 1 mm x 1 mm de tamaño).

El marketing sensorial se conforma por la estimulación de los cinco sentidos, tacto, audición, vista, olfato y gusto, este proyecto tiene como énfasis el mercadeo olfativo por lo cual indagaremos sobre este tema específicamente.

El Marketing Olfativo es una ciencia moderna consistente en utilizar aromas específicos en un entorno de negocio con el fin de suscitar emociones y de esta manera influir sobre los comportamientos del consumidor. (Iannini Maxi, 2010). A través de esta técnica se pretende alterar el factor más sensible del ser humano, el olfativo, ya que es un sentido comercialmente virgen que tiene la cualidad de ser de rápida asociación y el de mayor permanencia en la memoria. Los resultados de algunos estudios científicos recientes afirman que los aromas provocan potentes efectos en el comportamiento humano: pueden relajar, estimular, asustar, provocar, seducir, etc. En efecto, la memoria olfativa no se desvanece nunca y su fuerza depende de la importancia que ha tenido la situación en la cual el olor ha sido percibido en el proceso de aprendizaje de las personas. El procesamiento cerebral de las percepciones olfativas reside en parte en el sistema límbico que controla las emociones, la conducta y el almacenamiento de la memoria. Por ello, para hacer vibrar las cuerdas del corazón los olores son más seguros que aquello que se ve o se oye. Diversos estudios de investigación afirman que recordamos el 1% de lo que palpamos, el 2% de lo que oímos, el 5% de lo que vemos, el 15% de lo que degustamos y el 35% de lo que olemos (Iannini Maxi, 2010). "No niego que la vista sea un factor crucial en nuestras decisiones de compra, pero en muchos casos la vista no es tan poderosa como creíamos, mientras que el olfato y el sonido son mucho más potentes de lo que habíamos imaginado" afirma Martin Lindstrom (2008) uno de los gurús más respetados de marketing, que "...las imágenes visuales son mucho más eficaces y más memorables cuando van de la mano con estímulos para otros sentidos como el oído o el olfato".

En una serie de estudios realizados en los años 90 se encontró como principal motivo del por qué la información codificada por el olor puede durar más largos tramos de tiempo frente a la información codificada con otras señales, la proximidad de los sistemas neuronales relacionados con el olfato y la memoria. El sistema límbico, que contiene el bulbo olfatorio, la amígdala y el hipocampo, se caracterizan por la rápida transferencias sinápticas entre sus miembros (Herz & Engen, 1996). Específicamente, solos dos sinapsis se encuentran entre el nervio olfativo y la amígdala, que es comúnmente reconocida por su papel en la emoción y también juega un papel importante en la determinación de la memoria emocional (Cahill et al., 1995). Aunque más que las amígdalas, el hipocampo está más involucrado con la memoria (Eichenbaum, 1996). Sólo tres sinapsis se encuentran entre el nervio olfativo y el hipocampo, haciendo esta relación una vez más, significativamente fuerte. Esto demuestra que el olfato es el único sentido con transferencia de información dirigida directamente a la memoria, diferenciándose totalmente de los otros sentidos. A su vez en el artículo exponen el estudio de Buck y Axel sobre la cantidad de receptores dedicados a procesar la entrada sensorial olfativa versus la visual. En los resultados se haya que los humanos tienen una familia de unos 1000 genes diferente que codifican un receptor de olor distinto, en comparación con la visión, que tiene solo cuatro receptores distintos. Además, dado que los receptores producen diferentes olores distintos, los seres humanos tiene la capacidad de reconocer las 10.000 combinaciones de olor (Buck y Axel, 1991).

Aun así, mientras que los humanos tienen a menudo dificultades para identificar olores por su nombre (de Wijk, Schab, y Cain, 1995; Lawless y Engen, 1977), su capacidad para distinguir entre diferentes aromas y para reconocer olores previamente, incluso después de largos periodos de tiempo, es bastante fuerte (Schab y Crowder, 1995).

Los estudios muestran que la capacidad en lo seres humanos de reconocer olores que se han encontrado anteriormente, persisten durante muchos largos periodos de tiempo, con reducciones mínimas en la precisión de reconocimiento, ya sean segundos, meses o años después de la exposición (Engen, Kuisma, y Eimas, 1973) (Engen & Ross, 1973; Zucco, 2003), según un estudio realizado por dos científicos Engen y Ross (1973), el reconocimiento del olor se reduce de un 70% a un 65% después de un año; en la investigación de Lawless y Caín (1975) de un 85% se redujo después de la exposición a un 75% ya pasado 1 mes. Según el psicólogo alemán Ebbinghaus (1913) el recuerdo para otros estímulos sensoriales tienen decadencia a un ritmo mucho más rápidos, exhibiendo empinadas curvas de olvido. Por ejemplo de la precisión de recococimiento de imágenes, la cual en un estudio se redujo de 99% a un 58% después de la exposición 4 meses después (Shepard, 1967).

Muchas compañías ya han optado por esta modalidad, por ejemplo Play-Doh la compañía de juguetes, Sony y Samsung compañía de televisores y equipos tecnológicos en sus tiendas, cadenas de hoteles como Westin y Omni.

A continuación se expondrán las ventajas en el comercio que tiene aplicar estrategias de mercadeo olfativo: 1) Los clientes permanecen más tiempo en el establecimiento, atraídos por el agradable ambiente que produce un espacio perfumado. 2) Tienen una experiencia única, pues se trata de una técnica hasta ahora poco explotada en el ámbito comercial español. 3) Volverán al establecimiento en la búsqueda de ese aroma que trae buenos momentos a la memoria. 4) Perciben los productos de manera positiva. Los aromas influyen en su decisión de compra, lo que incide de forma directa en los resultados de las empresas. 5) Si el aroma es único, identificarán el establecimiento con él y lo recordarán cada vez que lo huelan, de manera que siempre percibirán la marca de manera positiva. Asociarán el aroma con el establecimiento y los productos que comercializa. 6) Hablarán bien del establecimiento a otros clientes, lo que ayudará a incrementar el flujo de visitas al local.

Anexo B: Constructos Grupos Focales Aromas con Sentido

Cuadro 17: Constructos Grupos Focales Aromas con Sentido.

	OBJETIVO ESPECIFICO	CONSTRUCTO	PREGUNTA
1	Seleccionar un aroma entre los diferentes aromas, en el cual los consumidores tenga más predilección.	Preferencia / Olor	En el caso de estar encerrada por 1 hora en una habitación ¿Con cuál de los siguientes aromas prefiere estar?
2	Comprobar si un olor puede lograr crear aversión a un producto o una tienda	Aversión / Olor	En el caso de estar encerrada por 1 hora en una habitación ¿Con cuál de los siguientes aromas no soportaría estar?
3	Identificar las cualidades afectivas según cada olor en el individuo.	Sentimiento / Olor	Relacione los siguientes emociones según cómo usted se sienta al percibir los aromas a continuación

Cuadro 17. (Continuación p. 117)

4	Evaluar los acontecimientos vividos (malos y buenos) por medio de los olores expuestos.	Experiencias / Olor	Por favor en el lapso de 5 minutos perciba cada uno de los olores expuestos sobre la mesa, tómese una pausa para continuar con el siguiente olor, para ello inhale el aroma de los granos de café al lado derecho. Ahora narre cuáles fragancias le hicieron recordar acontecimientos ya vividos (malos o buenos).
5	Evaluar a que motivan los aromas a cada uno de los entrevistados.	Motivación / Olor	Especifique a que la motivaría cada uno de los siguientes olores. Sándalo, Talco, Manzana Verde, Canela, Pino, Vainilla, Citronela, Brisa Marina, Heliotropo y Tutitfruti.
6	Identificar el flujo de clientes y posibles clientes en la tienda, por cada aroma establecido.	Cohesión/Olor	Basándose en el olor de las siguientes cajas, escoja la que más le llame la atención saber que hay dentro de ella.
7	Identificar según el olor, cada individuo con que lo asocia	Asociación / Olor / Imagen	Observe detenidamente las imágenes expuestas sobre la mesa, asocie cada una de estas con uno de estos olores. Cada que perciba un olor, recuerde inhalar el aroma de café a mano derecha, esto le ayudará a opacar el olor anterior.
8	Conocer la importancia en la impresión recogida por las entrevistadas al percibir un olor.	Sensación Olfativa	De 1 a 5 (siendo 5 muy importante y 1 nada importante) describa que tan importante es para usted que una persona, lugar o cosa huela bien.
9	Comparar el nivel de recordación entre los sentidos de olfato y escucha.	Memoria	Primero se colocara una mezcla con duración de 1 minuto y 30 segundos que incluye 5 canciones reconocidas, se les pedirá a cada una de las entrevistadas que en una hoja de papel, mencionen el nombre de las canciones según el orden en que las canciones fueron reproducidas.

10

Evaluar la percepción del cliente sobre los productos ofrecidos

Calidad del Producto / Percepción

En una escala de 2 a -2, siendo las variables de 2 a 0 variables positivas y las variables de -2 a 0 variables negativas, señale la percepción que usted tiene de los productos ofrecidos

	2	1	0	-1	-2	
Bonitos						Feos
Innovadores						Comunes
Buena Calidd						Mala Calidad
Suaves						Bruscos
Caro						Barato

Anexo C: Técnicas Proyectivas aplicadas en los Grupos Focales

- Técnica de Asociación: Se presenta un estímulo al individuo y se le pide que responda con lo primero que se le venga a la mente.

Técnica de asociación de Olores con palabras

Se presenta al entrevistado una lista de olores y una serie de recipientes que contienen los aromas incluidos en la lista, para que los relacione con una sensación.

	Sandalo	Talco	Manzana Verde	Canela	Pino	Vainilla	Citronela	Brisa Marina	Heliotropo	Tutifruti
Afecto										
Alegría										
Aflicción										
Antipatía										
Confianza										
Desconfianza										
Satisfacción										
Insatisfacción										
Melancolía										
Miedo										
Nostalgia										
Paz Interior										
Tristeza										
Asco										

Cuadro 18. (Continuación p. 119)

Odio										
fastidio										
Rechazo										

Atributo, esta técnica de asociación permite a los entrevistados revelar sus sentimientos más profundos acerca del tema de interés. 1) Se analizan las respuestas al calcular la frecuencia con la que alguna palabra se da como respuesta.⁹⁶

- Para evaluar el mayor nivel de recordación entre lo que huelen y lo que escuchan:

Primero se colocará una mezcla de canciones con duración total de 0:22 segundos, esta incluye 7 canciones populares reconocidas. A continuación se nombran las canciones que se incluye en la mezcla por orden de reproducción, cada una tiene una duración de 0:3 segundos:

- Cali Pachanguero – Grupo Niche
- Las caleñas son como las flores - The Latin Brothers
- A dormir juntitos – Eddy Herrera feat Liz
- Ajena – Eddy Herrera
- Faltan cinco pa las doce – Los ocho de Colombia
- La caderona – Folclor de Colombia
- Una canción – Los de Adentro

Se le pedirá a cada una de las participantes que en una hoja de papel, mencionen el nombre de las canciones, según el orden en que cada una de éstas fue reproducida.

Después por cada participante se pasará dando a percibir los 10 aromas que se han estado tratando, fáciles de reconocer, se les indicará lo mismo, que escriban el nombre de los aromas según el orden que fueron inhalados.

La lista de aromas es:

- Talco

⁹⁶ MALHOTRA, Naresh K. Investigación de mercados. 2004.

- Manzana Verde
- Canela
- Vainilla
- Pino
- Sándalo
- Citronela
- Heliotropo
- Tutifruti

Cada extracto será conservado en un recipiente especial en el cuál se mantendrá el firme olor de cada uno de estos.

Para no saturar el olfato de las entrevistadas, cada una tendrá un recipiente que contiene café molido. Los granos de café neutralizan el olfato.⁹⁷

- Evaluación de la asociación ambiente-imagen con cada uno de los aromas.

Encima de la mesa, en medio de todas las participantes, estarán ubicadas 28 imágenes, describiendo cada una atmosfera.

Se les pedirá a las participantes que según el aroma percibido, lo asocien con una de las imágenes. Cada imagen contiene una atmosfera en particular. (Son 10 aromas en total)

Lista de Aromas:

- Sándalo
- Pino
- Plumería
- Citronela
- Manzana Verde
- Brisa Marina
- Talco
- Lavanda
- Vainilla
- Heliotropo

⁹⁷ Marketing Olfativo y Neutralización de Olores. Alpematic. 2013. Disponible en:
<http://alpematic.blogspot.com/>

Anexo D: Estructura de la encuesta en el CuasiExperimento



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____ 4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____ 6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	<i>Muy importante</i>	<i>Importante</i>	<i>Indiferente</i>	<i>Poco importante</i>	<i>Nada importante</i>
<i>Atención al Cliente</i>					
<i>Olor</i>					
<i>Orden</i>					
<i>Iluminación</i>					
<i>Espacio</i>					
<i>Limpieza</i>					
<i>Calidad del producto</i>					
<i>Precio</i>					
<i>Lo que vende la tienda</i>					

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda?
(Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror___ 2. Miedo___ 3. Desconfianza___ 4. Presión___ 5. Cuidado de madre___ 6. Limpieza___ 7. Orden___ 8. Confianza___

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla							
2	Canela							
3	Manzana Verde							
4	Sandalo							
5	Citronela							
6	Pino							
7	Tutifruti							

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza						Desconfianza
Satisfacción						Insatisfacción
Tranquilidad						Presión
Alegría						Melancolía
Seguridad						Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente___
6. Olor___ 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___ 6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre ____ 2. Familia ____ 3. Enfermedad ____ 4. Accidente ____ 5. Amistad ____ 6. Gente desagradable ____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>						<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>						<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>						<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>						<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>						<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>						<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>						<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>						<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>						<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>						<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>						<i>Retraído</i>



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ____ 4. Encantador ____
5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
6. Limpieza ____ 7. Orden ____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela							
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia X 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana X 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio			<u>X</u>		
Lo que vende la tienda			<u>X</u>		

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo				X			
5	Citronela			X				
6	Pino				X			
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden X 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia X 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	✓					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	✓					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X				X	<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
 4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
 6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador X
 5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
 10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
 6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor___ 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				No	X	<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
 4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
 6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador X
 5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
 10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
 6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela							
6	Pino				X			
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días X
 6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador X
 5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifrutí						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden X 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana X 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde				X			
4	Sandalo							
5	Citronela							
6	Pino				X			
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia X 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				✓		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	✓					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	✓					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	✓					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	✓					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		✓				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	✓					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			✓			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	✓					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	✓					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	✓					<i>Retraído</i>

AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días X
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo				X			
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia X 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Retraído</i>



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días ☒
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial ☒ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla							X
2	Canela							X
3	Manzana Verde				X			
4	Sandalo				X			
5	Citronela	X						
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco X 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia X 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana **X**
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico **X** 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	X				
Olor		X			
Orden	X				
Iluminación		X			
Espacio		X			
Limpieza	X				
Calidad del producto	X				
Precio		X			
Lo que vende la tienda		X			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza **X** 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela				X			
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza ~~X~~ 2. Orden ~~X~~ 3. Iluminación ~~X~~ 4. Espacio ~~X~~ 5. Ambiente ~~X~~
6. Olor ~~X~~ 7. Color ~~X~~

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti ~~X~~ 2. Talco ~~X~~ 3. Citronela ~~X~~ 4. Canela ~~X~~ 5. Vainilla ~~X~~
6. Sandalo ~~X~~

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre ~~X~~ 2. Familia ~~X~~ 3. Enfermedad ~~X~~ 4. Accidente ~~X~~
5. Amistad ~~X~~ 6. Gente desagradable ~~X~~

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
 4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
 6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ____ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ☒ 4. Encantador ____
 5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
 10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
 6. Limpieza ☒ 7. Orden ____ 8. Confianza ____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo							X
5	Citronela							X
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad X 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			X			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre X
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela				X			
3	Manzana Verde	X						
4	Sandalo							X
5	Citronela					X		
6	Pino					X		
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia X 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>		\	X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente		<u>X</u>			
Olor			<u>X</u>		
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio			<u>X</u>		
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre X
6. Limpieza X 7. Orden X 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde	X						
4	Sandalo							X
5	Citronela							X
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			✗			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	✗					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	✗					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	✗					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			✗			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	✗					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>			✗			<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		✗				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	✗					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	✗					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	✗					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden	<u>X</u>				
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio			<u>X</u>		
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X	X				
3	Manzana Verde				X			
4	Sandalo				X			
5	Citronela					X		
6	Pino		X					
7	Tutifrutí			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			X			Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad			X			Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación X 4. Espacio 5. Ambiente
6. Olor 7. Color

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí X 2. Talco 3. Citronela 4. Canela X 5. Vainilla
6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>		X				<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			X			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana ☒ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial ☒ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor			<input checked="" type="checkbox"/>		
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación			<input checked="" type="checkbox"/>		
Espacio			<input checked="" type="checkbox"/>		
Limpieza		<input checked="" type="checkbox"/>			
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza ☒ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela				X			
3	Manzana Verde				X			
4	Sandalo		X					
5	Citronela				X			
6	Pino				X			
7	Tutifrutí			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor___ 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza ☒ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla				X			
2	Canela						X	
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo			X				
5	Citronela			X				
6	Pino				X			
7	Tutifrutí						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días X
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden	<u>X</u>				
Iluminación			<u>X</u>		
Espacio			<u>X</u>		
Limpieza		<u>X</u>			
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda			<u>X</u>		

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden X 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla			X				
2	Canela	X						
3	Manzana Verde				X			
4	Sandalo			X				
5	Citronela	X						
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden X 3. Iluminación____ 4. Espacio X 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			✕			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		✕				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		✕				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	✕					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		✕				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			✕			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		✕				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			✕			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	✕					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		✕				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	✕					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador X
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda			<u>X</u>		

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden X 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela				X			
3	Manzana Verde			X				
4	Sandalo			X				
5	Citronela			X				
6	Pino	X						
7	Tutifruti							X

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia X 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>		X				<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial ☒ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	1	2	3	4	5
	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden ☒ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela	X						
3	Manzana Verde			X				
4	Sandalo	X						
5	Citronela							
6	Pino				X			
7	Tutifruti		X	No				
		1	2	3	4	5	6	7

Solo

X

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	1	2	3	4	5	
	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden X 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente___
6. Olor___ 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>	X					<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ____ 2. Redelicioso ☒ 3. Especial ____ 4. Encantador ____
5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda					<input checked="" type="checkbox"/>

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
6. Limpieza ☒ 7. Orden ☒ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela	X						
3	Manzana Verde	X						
4	Sandalo				X			
5	Citronela							X
6	Pino					X		
7	Tutifruti							

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente___
6. Olor X 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti X 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad X 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>				X		<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
 4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
 6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ____ 4. Encantador ____
 5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
 10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
 6. Limpieza ☒ 7. Orden ☒ 8. Confianza ____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela			X				
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo NR							
5	Citronela				X			
6	Pino				X			
7	Tutifruti			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza ✓ 2. Orden ✓ 3. Iluminación ✓ 4. Espacio ✓ 5. Ambiente ✓
6. Olor ✓ 7. Color ✓

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti ___ 2. Talco ___ 3. Citronela ___ 4. Canela ___ 5. Vainilla ✓
6. Sandalo ___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre ___ 2. Familia ✓ 3. Enfermedad ___ 4. Accidente ___
5. Amistad ✓ 6. Gente desagradable ___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela	X						
6	Pino		X					
7	Tutifruti		X					

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ____ 4. Encantador ____
5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente		<input checked="" type="checkbox"/>			
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	
Orden				<input checked="" type="checkbox"/>	
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio				<input checked="" type="checkbox"/>	
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ☒
6. Limpieza ____ 7. Orden ____ 8. Confianza ____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela	X						
3	Manzana Verde						X	
4	Sandalo							X
5	Citronela				X			
6	Pino				X			
7	Tutifrutí		X					

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor___ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia X 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>					X	<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ____ 4. Encantador ____
5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
6. Limpieza ____ 7. Orden ____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo							X
5	Citronela							X
6	Pino		X					
7	Tutifruti			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden X 3. Iluminación X 4. Espacio X 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla X
6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>			X			<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana ☒ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso____ 3. Especial ☒ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza ☒ 7. Orden ☒ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X			X			
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo			X				
5	Citronela		X	X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden X 3. Iluminación X 4. Espacio 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla X
6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	+					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>			X			<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	+					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			X			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	+					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	+					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			+			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	+					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial ☒ 4. Encantador _____
5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio				<input checked="" type="checkbox"/>	
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela				X			
6	Pino				X			
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco X 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>	+2					<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ____ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ____ 4. Encantador ☒
5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio			<input checked="" type="checkbox"/>		
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
6. Limpieza ____ 7. Orden ____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela	X						
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela				X			
6	Pino				X			
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor___ 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad X 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>	X					<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de **Mercadeo** de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador X
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>	<u>X</u>			
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre X
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Oscura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		<input checked="" type="checkbox"/>					
2	Canela				<input checked="" type="checkbox"/>			
3	Manzana Verde		<input checked="" type="checkbox"/>					
4	Sandalo			<input checked="" type="checkbox"/>				
5	Citronela				<input checked="" type="checkbox"/>			
6	Pino		<input checked="" type="checkbox"/>					
7	Tutifruti				<input checked="" type="checkbox"/>			

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	<input checked="" type="checkbox"/>					Desconfianza
Satisfacción	<input checked="" type="checkbox"/>					Insatisfacción
Tranquilidad	<input checked="" type="checkbox"/>					Presión
Alegría	<input checked="" type="checkbox"/>					Melancolía
Seguridad	<input checked="" type="checkbox"/>					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza ☒ 2. Orden ___ 3. Iluminación ___ 4. Espacio ___ 5. Ambiente ☒
6. Olor ☒ 7. Color ___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti ___ 2. Talco ☒ 3. Citronela ___ 4. Canela ___ 5. Vainilla ___
6. Sandalo ___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre ☒ 2. Familia ___ 3. Enfermedad ___ 4. Accidente ___
5. Amistad ☒ 6. Gente desagradable ___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>	X					<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla							X
2	Canela	X						
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela				X			
6	Pino				X			
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor___ 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable X

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial X 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente		<u>X</u>			
Olor	<u>X</u>				
Orden		<u>X</u>			
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo							X
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti		X					

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor X 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco X 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia X 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>					X	<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso X 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor			<u>X</u>		
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda			<u>X</u>		

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión X 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla							
2	Canela					X		X
3	Manzana Verde	X						
4	Sandalo						X	
5	Citronela			X	X			
6	Pino		X					
7	Tutifruti							

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza				X		Desconfianza
Satisfacción				X		Insatisfacción
Tranquilidad		X		X		Presión
Alegria			X			Melancolia
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente___
6. Olor___ 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			↑			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>			↑			<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>			↑			<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>					X	<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			↑			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			↑			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>			↑			<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>					↑	<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>			↑			<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador ☒
5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
6. Limpieza ☒ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo			X				
5	Citronela				X			
6	Pino			X				
7	Tutifruti		X					

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden X 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco X 3. Citronela X 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia X 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador ☒
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza ☒ 7. Orden ☒ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela	X						
3	Manzana Verde				X			
4	Sandalo							X
5	Citronela			X				
6	Pino			X				
7	Tutifruti					X	X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco X 3. Citronela___ 4. Canela X 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia X 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad X 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

NA: No aplica



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días ☒
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso ☒ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

1 2 3 4 5

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
* Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
* Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
* Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo ☒ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza ☒ 7. Orden____ 8. Confianza____ 9. NA

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

		1	2	3	4	5	6	7
	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo							
5	Citronela							
6	Pino			X				
7	Tutifruti			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	1	2	3	4	5	
	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción						Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden X 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color 8. NA

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla X
6. Sandalo 7. NA

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad 6. Gente desagradable 7. NA

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	1	2	3	4	5	
	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>						<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	1	2	3	4	5	
	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>						<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial X 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio			<u>X</u>		
Limpieza		<u>X</u>			
Calidad del producto		<u>X</u>			
Precio			<u>X</u>		
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo							X
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela X 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>		X				<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador X
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>	<u>X</u>			
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio			<u>X</u>		
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla				X			
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo							X
5	Citronela			X				
6	Pino	X						
7	Tutifruti				X			

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	2					Desconfianza
Satisfacción			0			Insatisfacción
Tranquilidad	2					Presión
Alegría	2					Melancolía
Seguridad	2					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente___
6. Olor X 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela X 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia X 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>		1				<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	2					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	2					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	2					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	2					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	2					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	2					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			0			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>			0			<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			0			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>			0			<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
 4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
 6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ____ 4. Encantador ____
 5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
 10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto		<input checked="" type="checkbox"/>			
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
 6. Limpieza ☒ 7. Orden ____ 8. Confianza ____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela	X						
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo		X					
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia X 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente		<u>X</u>			
Olor		<u>X</u>			
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto		<u>X</u>			
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X			1			
2	Canela	X						
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo		X					
5	Citronela				X			
6	Pino		X					
7	Tutifruti				X			

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden X 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad X 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>				X		<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>				X		<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>				X		<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>				X		<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana X
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza		<u>X</u>			
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela	X						
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela					X		
6	Pino				X			
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela X 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>		X				<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días ☒
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador ☒
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente		<input checked="" type="checkbox"/>			
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto		<input checked="" type="checkbox"/>			
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ☒ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza ☒ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde				X			
4	Sandalo	X						
5	Citronela				X			
6	Pino		X					
7	Tutifrutí						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden X 3. Iluminación X 4. Espacio X 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí X 2. Talco X 3. Citronela X 4. Canela X 5. Vainilla X
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia X 3. Enfermedad X 4. Accidente X
5. Amistad X 6. Gente desagradable X

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden ☒ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela				X			
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo							X
5	Citronela		X					
6	Pino	X						
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			✓			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		✓				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		✓				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		✓				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		✓				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			✗			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		✗				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			✓			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	✗					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			✓			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		✗				<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador X
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza		<u>X</u>			
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela						X	
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela							X
6	Pino		X					
7	Tutifruti		X					

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			X			Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco X 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			✗			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>			✗			<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		✗				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>			✗			<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>				✗		<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	✗					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	✗					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			✗			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	✗					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	✗					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	✗					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente		<u>X</u>			
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>	<u>X</u>			
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto		<u>X</u>			
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
6. Limpieza X 7. Orden X 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela			X				
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela				X			
6	Pino		X		X			
7	Tutifruti		X 0	X	X 0		X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente +
6. Olor X 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad X 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días X
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial X 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto		<u>X</u>			
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela	X						
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela				X			
6	Pino	X						
7	Tutifruti		X					

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>	X					<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela			X				
3	Manzana Verde		X-					
4	Sandalo	X						
5	Citronela				X-			
6	Pino				X			
7	Tutifrutí					X		

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente___
6. Olor___ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad X 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X		X			<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ____ 2. Redelicioso ☒ 3. Especial ____ 4. Encantador ____
5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
6. Limpieza ____ 7. Orden ____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla							X
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela				X			
6	Pino		X					
7	Tutifruti							X

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden X 3. Iluminación X 4. Espacio X 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela ~~No~~ 4. Canela X 5. Vainilla
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden ☒ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X			/			
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo			X				
5	Citronela			X				
6	Pino			X				
7	Tutifrutí						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			X			Desconfianza
Satisfacción			f			Insatisfacción
Tranquilidad			f			Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad			f			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación X 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia X 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>			X			<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			X			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>			X			<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>			X			<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>			X			<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial X 4. Encantador _____
5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden		<u>X</u>			
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		λ					
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo			X				
5	Citronela				X			
6	Pino			X				
7	Tutifrutí		X					

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad		λ	X			Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí____ 2. Talco____ 3. Citronela X 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad Y 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>			X			<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			X			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>			X			<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso X 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre X
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		✓		✓			
2	Canela				✓			
3	Manzana Verde		✓					
4	Sandalo			✓				
5	Citronela			✓				
6	Pino		✓					
7	Tutifrutí						✓	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	✓					Desconfianza
Satisfacción			✓			Insatisfacción
Tranquilidad			✓			Presión
Alegría	✓					Melancolía
Seguridad			✓			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla ✓
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia ✓ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>		✓				<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	✓					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		✓				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	✓					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		✓				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		✓				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		✓				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	✓					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		✓				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		✓				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	✓					<i>Retraído</i>



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ____ 4. Encantador ____
5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
6. Limpieza ____ 7. Orden ____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela						X	
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo		X					
5	Citronela			X				
6	Pino				X			
7	Tutifrutí			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X			X		Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana X
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden			<u>X</u>		
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio			<u>X</u>		
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión X 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela				X			
6	Pino			X				
7	Tutifrutí			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad				X		Presión
Alegría				X		Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente X
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ____ 4. Encantador ____
5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda			<input checked="" type="checkbox"/>		

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
6. Limpieza ____ 7. Orden ☒ 8. Confianza ____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela							X
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela				X			
6	Pino		X					
7	Tutifruti			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden X 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor___ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad X 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana ☒ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda				<input checked="" type="checkbox"/>	

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza ☒ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela	X						
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo							X
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti		X					

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden X 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente X
6. Olor 7. Color

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla X
6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana X 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso X 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente		<u>X</u>			
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla				X			
2	Canela			X				
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo		X					
5	Citronela	X						
6	Pino	X						
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador ☒
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente		<input checked="" type="checkbox"/>			
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza		<input checked="" type="checkbox"/>			
Calidad del producto		<input checked="" type="checkbox"/>			
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre ☒
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde	X						
4	Sandalo			X				
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden X 3. Iluminación X 4. Espacio X 5. Ambiente X
 6. Olor X 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti ____ 2. Talco ____ 3. Citronela ____ 4. Canela ____ 5. Vainilla ____
 6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre ____ 2. Familia ____ 3. Enfermedad ____ 4. Accidente ____
 5. Amistad X 6. Gente desagradable ____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>		X				<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador X
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>+</u>				
Olor	<u>+</u>				
Orden	<u>+</u>				
Iluminación	<u>+</u>				
Espacio	<u>+</u>				
Limpieza	<u>+</u>				
Calidad del producto	<u>+</u>				
Precio	<u>+</u>				
Lo que vende la tienda	<u>+</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde				X			
4	Sandalo			X				
5	Citronela			X				
6	Pino				X			
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden X 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente
6. Olor 7. Color

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla X
6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador X
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>	<u>X</u>			
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela					X		
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo			X				
5	Citronela					X		
6	Pino		X					
7	Tutifruti			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia X 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor			<u>X</u>		
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto		<u>X</u>			
Precio			<u>X</u>		
Lo que vende la tienda			<u>X</u>		

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela							X
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo	X						
5	Citronela				X			
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio X 5. Ambiente___
6. Olor___ 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia X 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
 4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días X
 6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador X
 5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
 10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
 6. Limpieza X 7. Orden X 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X	X	X	X		X	
2	Canela	X						
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo			X				
5	Citronela							X
6	Pino				X			
7	Tutifrutí					X		

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela	X						
3	Manzana Verde			X				
4	Sandalo			X				
5	Citronela				X			
6	Pino				X			
7	Tutifruti		X					

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>					X	<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador ☒
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio			<input checked="" type="checkbox"/>		
Limpieza			<input checked="" type="checkbox"/>		
Calidad del producto		<input checked="" type="checkbox"/>			
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla						X	
2	Canela	X						
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela				X			
6	Pino						X	
7	Tutifrutí				X			

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad			X			Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente___
6. Olor___ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela				X			
3	Manzana Verde				X			
4	Sandalo	X						
5	Citronela				X			
6	Pino			X				
7	Tutifruti		X					

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor X 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia X 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>			X			<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>			X			<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>			X			<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			X			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>			X			<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>			X			<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>			X			<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ____ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ☒ 4. Encantador ____
5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
6. Limpieza ____ 7. Orden ____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla						X	
2	Canela			X				
3	Manzana Verde	X						
4	Sandalo					X		
5	Citronela		X					
6	Pino				X			
7	Tutifruti					X		

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor___ 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>		X				<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			X			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>				X		<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla					X		
2	Canela					X		
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela	X						
6	Pino			X				
7	Tutifruti				X			

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación X 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia X 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			X			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana X 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden		<u>X</u>			
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio			<u>X</u>		
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto		<u>X</u>			
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla			X				
2	Canela	X						
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo						X	
5	Citronela						X	
6	Pino		X					
7	Tutifruti		X					

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia X 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ____ 4. Encantador ____
5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente			<input checked="" type="checkbox"/>		
Olor			<input checked="" type="checkbox"/>		
Orden			<input checked="" type="checkbox"/>		
Iluminación			<input checked="" type="checkbox"/>		
Espacio			<input checked="" type="checkbox"/>		
Limpieza			<input checked="" type="checkbox"/>		
Calidad del producto			<input checked="" type="checkbox"/>		
Precio			<input checked="" type="checkbox"/>		
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
6. Limpieza ☒ 7. Orden ____ 8. Confianza ____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo				X			
5	Citronela				X			
6	Pino				X			
7	Tutifruti		X					

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			X			Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad			X			Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>			X			<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			X			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días X
6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden	<u>X</u>				
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela	X						
3	Manzana Verde	X						
4	Sandalo							X
5	Citronela				X			
6	Pino				X			
7	Tutifruti					X		

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad			X			Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>			X			<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial X 4. Encantador _____
5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio			<u>X</u>		
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto		<u>X</u>			
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
6. Limpieza X 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde			X				
4	Sandalo							X
5	Citronela				X			
6	Pino				X			
7	Tutifruti			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia X 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
6. Limpieza ☒ 7. Orden _____ 8. Confianza _____ 9. Tranquilidad _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla			X				
2	Canela				X			
3	Manzana Verde				X			
4	Sandalo					X		
5	Citronela	X	X		X			
6	Pino	X	X	X	X			
7	Tutifrutí						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor___ 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla X
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___ 7. Tranquilidad

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>		X				<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ____ 2. Redelicioso ☒ 3. Especial ____ 4. Encantador ____
5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
6. Limpieza ____ 7. Orden ____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla			X				
2	Canela	X						
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela				X			
6	Pino		X					
7	Tutifrutí			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden X 3. Iluminación X 4. Espacio 5. Ambiente
 6. Olor X 7. Color

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla X
 6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
 5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>					X	<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X	X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



AA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ____ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ____ 4. Encantador ☒
5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente		<input checked="" type="checkbox"/>			
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
Limpieza		<input checked="" type="checkbox"/>			
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
6. Limpieza ____ 7. Orden ____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela	X						
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela			X				
6	Pino				X			
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ____ 4. Encantador ____
5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio			<input checked="" type="checkbox"/>		
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
6. Limpieza ☒ 7. Orden ____ 8. Confianza ____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo	X						
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación X 4. Espacio 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>				X		<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana X 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial X 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela							
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela							
6	Pino		X					
7	Tutifruti							X

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación X 4. Espacio 5. Ambiente
6. Olor X 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X	X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
 4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
 6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ____ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ☒ 4. Encantador ____
 5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
 10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
 6. Limpieza ☒ 7. Orden ☒ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden X 3. Iluminación X 4. Espacio 5. Ambiente
6. Olor X 7. Color

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>					X	<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana ☒ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial ☒ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio			<input checked="" type="checkbox"/>		
Lo que vende la tienda			<input checked="" type="checkbox"/>		

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza ☒ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla						X	
2	Canela		X					
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo				X			
5	Citronela							
6	Pino		X					
7	Tutifrutí						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			X			Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad X 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial X 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio					<u>X</u>
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela					X		
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden X 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente
6. Olor X 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días X
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial X 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden X 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden X 3. Iluminación X 4. Espacio X 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti ____ 2. Talco X 3. Citronela ____ 4. Canela ____ 5. Vainilla ____
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia X 3. Enfermedad ____ 4. Accidente ____
5. Amistad ____ 6. Gente desagradable ____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días X
 6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
 5. Súper Fuerte X 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>NO</u>	<u>X</u>			
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda			<u>X</u>		

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión X 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo					X		
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifrutí						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			X			Desconfianza
Satisfacción				X		Insatisfacción
Tranquilidad			X			Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor___ 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad X 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>				X		<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>			X			<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>					X	<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>				X		<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>			X			<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>			X			<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>			X			<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial X 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente X
6. Olor 7. Color

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario X 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
 6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador X
 5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda			<u>X</u>		

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza X 7. Orden X 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo	X						
5	Citronela				X			
6	Pino		X					
7	Tutifruti		X					

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente X
 6. Olor X 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
 6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
 5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>					X	<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X				X	<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana ☒
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio			<input checked="" type="checkbox"/>		
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio			<input checked="" type="checkbox"/>		
Lo que vende la tienda			<input checked="" type="checkbox"/>		

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza ☒ 7. Orden____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X			X			
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente___
6. Olor X 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad X 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
 6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
 5. Súper Fuerte X 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio			<u>X</u>		
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión X 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo					X		
5	Citronela				X			
6	Pino				X			
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			X			Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad			X			Presión
Alegria			X			Melancolia
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor___ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad X 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>			X			<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>			X			<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			X		X	<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>			X			<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>			X			<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ____ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ☒ 4. Encantador ____
5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
6. Limpieza ☒ 7. Orden ____ 8. Confianza ____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden ____ 3. Iluminación ____ 4. Espacio ____ 5. Ambiente ____
6. Olor ____ 7. Color ____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti ____ 2. Talco ____ 3. Citronela ____ 4. Canela ____ 5. Vainilla ____
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre ____ 2. Familia ____ 3. Enfermedad ____ 4. Accidente ____
5. Amistad X 6. Gente desagradable ____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>			X			<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>			X			<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>			X			<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			X			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días X
 6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
 5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto X 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza		<u>X</u>			
Calidad del producto		<u>X</u>			
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión X 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde				X			
4	Sandalo					X		
5	Citronela			X				
6	Pino				X			
7	Tutifrutí						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			X			Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad			NO	X	NO	Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación X 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable X

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>			X			<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>					X	<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>			X			<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>				X		<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>				X		<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
 6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial ☒ 4. Encantador _____
 5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza ☒ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden ___ 3. Iluminación ___ 4. Espacio ___ 5. Ambiente ___
6. Olor ___ 7. Color ___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti ___ 2. Talco ___ 3. Citronela ___ 4. Canela ___ 5. Vainilla ___
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre ___ 2. Familia ___ 3. Enfermedad ___ 4. Accidente ___
5. Amistad X 6. Gente desagradable ___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>			X			<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>			X			<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>			X			<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			X			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
 4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días X
 6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
 5. Súper Fuerte X 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
 10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza		<u>X</u>			
Calidad del producto		<u>X</u>			
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión X 5. Cuidado de madre____
 6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela					X		
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo					X		
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			NO	X		Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad				X		Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente___
6. Olor___ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad X 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable X

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>		X				<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>			X			<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>			X			<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			X			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>			X			<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>			X			<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>			X			<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días X
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte X 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente		<u>X</u>			
Olor		<u>X</u>			
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza		<u>X</u>			
Calidad del producto		<u>X</u>			
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza X 4. Presión X 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo					X		
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza				X		Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad				X		Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente___
6. Olor___ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad X 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable X

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>		X				<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>				X		<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>				X		<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>				X		<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>			X			<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>				X		<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>			X			<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial X 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden X 3. Iluminación X 4. Espacio 5. Ambiente
6. Olor X 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial X 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente		<u>X</u>			
Olor		<u>X</u>			
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza		<u>X</u>			
Calidad del producto		<u>X</u>			
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden X 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	P					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	F					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días X
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial X 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente		<u>X</u>			
Olor		<u>X</u>			
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza		<u>X</u>			
Calidad del producto		<u>X</u>			
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela					X		
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días ☒
 6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial ☒ 4. Encantador _____
 5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio			<input checked="" type="checkbox"/>		
Lo que vende la tienda			<input checked="" type="checkbox"/>		

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza ☒ 7. Orden ☒ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela			X				
6	Pino				X			
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden X 3. Iluminación X 4. Espacio X 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco X 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>					X	<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días X
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela					X		
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti					X		

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
 6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
 5. Súper Fuerte ☒ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente		<input checked="" type="checkbox"/>			
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza		<input checked="" type="checkbox"/>			
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda			<input checked="" type="checkbox"/>		

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión ☒ 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo							
5	Citronela							
6	Pino		X					
7	Tutifruti				X			

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			X			Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad				X		Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente___
6. Olor___ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad X 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>			X			<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>			X			<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>			X			<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			X			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>			X			<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>			X			<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>			X			<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días ☒
 6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
 5. Súper Fuerte ☒ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza ☒ 4. Presión ☒ 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo					X		X
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza				X		Desconfianza
Satisfacción						Insatisfacción
Tranquilidad				X		Presión
Alegria						Melancolía
Seguridad						Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente___
6. Olor___ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad X 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>				X		<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>				X		<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>			X			<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>			X			<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>			X			<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
 4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días ☒
 6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
 5. Súper Fuerte ☒ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
 10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza		<input checked="" type="checkbox"/>			
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión ☒ 5. Cuidado de madre____
 6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo							X
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			X			Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad			X	X		Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente___
6. Olor___ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad X 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>			X			<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>			X			<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>			X			<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			X			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>			X			<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>			X			<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>			X			<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días X
 6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial X 4. Encantador _____
 5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza X 7. Orden _____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X			X			
5	Citronela							
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X	X				Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente X
6. Olor f 7. Color

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>					X	<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ____ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ☒ 4. Encantador ____
5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
6. Limpieza ☒ 7. Orden ____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela			X				
6	Pino		X		X			
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación X 4. Espacio 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días ☒
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial ☒ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza ☒ 7. Orden____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	✓					✓	
2	Canela				✓			
3	Manzana Verde		✓					
4	Sandalo	✓						
5	Citronela			✓				
6	Pino		✓					
7	Tutifruti						✓	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	✓					Desconfianza
Satisfacción		✓				Insatisfacción
Tranquilidad	✓					Presión
Alegría	✓					Melancolía
Seguridad	✓					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza ✓ 2. Orden ____ 3. Iluminación ____ 4. Espacio ____ 5. Ambiente ✓
6. Olor ✓ 7. Color ____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti ✓ 2. Talco ____ 3. Citronela ____ 4. Canela ____ 5. Vainilla ____
6. Sandalo ✓

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre ____ 2. Familia ____ 3. Enfermedad ____ 4. Accidente ____
5. Amistad ✓ 6. Gente desagradable ____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				<input checked="" type="checkbox"/>		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		<input checked="" type="checkbox"/>				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		<input checked="" type="checkbox"/>				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		<input checked="" type="checkbox"/>				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		<input checked="" type="checkbox"/>				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		<input checked="" type="checkbox"/>				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		<input checked="" type="checkbox"/>				<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial ☒ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="radio"/>				
Olor	<input checked="" type="radio"/>				
Orden	<input checked="" type="radio"/>				
Iluminación	<input checked="" type="radio"/>				
Espacio	<input checked="" type="radio"/>				
Limpieza	<input checked="" type="radio"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="radio"/>				
Precio	<input checked="" type="radio"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="radio"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza ☒ 7. Orden ☒ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla						<input checked="" type="radio"/>	
2	Canela				<input type="radio"/>			
3	Manzana Verde		<input type="radio"/>					
4	Sandalo				<input type="radio"/>			
5	Citronela			<input type="radio"/>				
6	Pino		<input type="radio"/>					
7	Tutifruti						<input type="radio"/>	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	<input checked="" type="radio"/>					Desconfianza
Satisfacción	<input checked="" type="radio"/>					Insatisfacción
Tranquilidad	<input checked="" type="radio"/>					Presión
Alegría	<input type="radio"/>					Melancolía
Seguridad	<input checked="" type="radio"/>					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza ☒ 2. Orden ☐ 3. Iluminación ☐ 4. Espacio ☐ 5. Ambiente ☒
6. Olor ☐ 7. Color ☐

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti ☐ 2. Talco ☐ 3. Citronela ☐ 4. Canela ☐ 5. Vainilla ☐
6. Sandalo ☒

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre ☐ 2. Familia ☐ 3. Enfermedad ☐ 4. Accidente ☐
5. Amistad ☒ 6. Gente desagradable ☐

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				●		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	●					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		●				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		●				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		○				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		○				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		●				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		○				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		○				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			●			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		○				<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes ●

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte ● 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente		●			
Olor		●			
Orden		●			
Iluminación		●			
Espacio	●				
Limpieza	●				
Calidad del producto	●				
Precio	●				
Lo que vende la tienda	●				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión ● 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla						<input checked="" type="checkbox"/>	
2	Canela				<input checked="" type="checkbox"/>			
3	Manzana Verde		<input checked="" type="checkbox"/>					
4	Sandalo							
5	Citronela							
6	Pino		<input checked="" type="checkbox"/>					
7	Tutifruti						<input checked="" type="checkbox"/>	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			<input checked="" type="checkbox"/>			Desconfianza
Satisfacción			<input checked="" type="checkbox"/>			Insatisfacción
Tranquilidad				<input checked="" type="checkbox"/>		Presión
Alegría			<input checked="" type="checkbox"/>			Melancolía
Seguridad			<input checked="" type="checkbox"/>			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación ☒ 4. Espacio___ 5. Ambiente___
6. Olor___ 7. Color ☒

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad ☒ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable ☒

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			●			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>			●			<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>			●			<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		No		●		<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>					●	<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			●			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>			●			<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			●			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>			●			<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			●			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>			●			<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
 6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
 5. Súper Fuerte ☒ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza ☒ 4. Presión ☒ 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela					X		
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo							
5	Citronela							
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza				X		Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad				X		Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden X 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente___
6. Olor___ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad X 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>		X				<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>			X			<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>			X			<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>			X			<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			X			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>			X			<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>			X			<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>			X			<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial X 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden____ 8. Confianza NO

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti					X		

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden X 3. Iluminación X 4. Espacio X 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti X 2. Talco X 3. Citronela X 4. Canela X 5. Vainilla X
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia X 3. Enfermedad X 4. Accidente X
5. Amistad X 6. Gente desagradable X

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial X 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente		<u>X</u>			
Olor		<u>X</u>			
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza		<u>X</u>			
Calidad del producto		<u>X</u>			
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela					X		
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden ____ 3. Iluminación ____ 4. Espacio ____ 5. Ambiente X
6. Olor ____ 7. Color ____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti ____ 2. Talco ____ 3. Citronela ____ 4. Canela ____ 5. Vainilla ____
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre ____ 2. Familia ____ 3. Enfermedad ____ 4. Accidente ____
5. Amistad X 6. Gente desagradable ____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				<input checked="" type="checkbox"/>		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		<input checked="" type="checkbox"/>				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		<input checked="" type="checkbox"/>				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		<input checked="" type="checkbox"/>				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		<input checked="" type="checkbox"/>				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			<input checked="" type="checkbox"/>			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte X 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente		<u>X</u>			
Olor		<u>X</u>			
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza		<u>X</u>			
Calidad del producto		<u>X</u>			
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión X 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo							X
5	Citronela							X
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			X			Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad					X	Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación X 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad X 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			<i>X</i>			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>			<i>X</i>			<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>			<i>X</i>			<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>			<i>X</i>			<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			<i>X</i>			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			<i>X</i>			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>			<i>X</i>			<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			<i>X</i>			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>			<i>X</i>			<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			<i>X</i>			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>			<i>X</i>			<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
 6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
 5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto ☒ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor			<input checked="" type="checkbox"/>		
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza ☒ 4. Presión ☒ 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde				X			
4	Sandalo							X
5	Citronela							X
6	Pino				X			
7	Tutifruti				X			

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			X		X	Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad					X	Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente___
6. Olor___ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad X 4. Accidente X
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>			X			<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>			X			<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>			X			<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			X			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>			X			<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>			X			<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>			X			<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo			X				
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación X 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
 4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
 6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ____ 4. Encantador ____
 5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
 10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	<i>Muy importante</i>	<i>Importante</i>	<i>Indiferente</i>	<i>Poco importante</i>	<i>Nada importante</i>
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto		<input checked="" type="checkbox"/>			
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
 6. Limpieza ____ 7. Orden ____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	<input checked="" type="checkbox"/>						
2	Canela				<input checked="" type="checkbox"/>			
3	Manzana Verde							
4	Sandalo		<input checked="" type="checkbox"/>					
5	Citronela					<input checked="" type="checkbox"/>		
6	Pino			<input checked="" type="checkbox"/>				
7	Tutifruti						<input checked="" type="checkbox"/>	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	<input checked="" type="checkbox"/>					Desconfianza
Satisfacción		<input checked="" type="checkbox"/>				Insatisfacción
Tranquilidad		<input checked="" type="checkbox"/>				Presión
Alegría	<input checked="" type="checkbox"/>					Melancolía
Seguridad		<input checked="" type="checkbox"/>				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color ☒

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo ☒

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad ☒ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>					<input checked="" type="checkbox"/>	<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		<input checked="" type="checkbox"/>				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		<input checked="" type="checkbox"/>				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			<input checked="" type="checkbox"/>			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		<input checked="" type="checkbox"/>				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			<input checked="" type="checkbox"/>			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
 4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
 6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ____ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ☒ 4. Encantador ____
 5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
 10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza		<input checked="" type="checkbox"/>			
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
 6. Limpieza ☒ 7. Orden ____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla							
2	Canela	✓						
3	Manzana Verde				✓			
4	Sandalo	✓						
5	Citronela				✓			
6	Pino				✓			
7	Tutifruti							

no gusta

no gusta

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	✓					Desconfianza
Satisfacción	✓					Insatisfacción
Tranquilidad	✓					Presión
Alegría	✓					Melancolía
Seguridad		✓				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente ✓
6. Olor____ 7. Color ✓

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco ✓ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable ✓

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>	✓					<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	✓					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	✓					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	✓					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	✓					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	✓					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	✓					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	✓					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	✓					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	✓					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	✓					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza ☒ 7. Orden____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela	X						
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela				X			
6	Pino				X			
7	Tutifrutti		X					

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden X 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente
6. Olor 7. Color

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia X 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ____ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
 4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
 6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ____ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ☒ 4. Encantador ____
 5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
 10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ☒ 2. Miedo ☒ 3. Desconfianza ☒ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ☒
 6. Limpieza ☒ 7. Orden ☒ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		✓					
2	Canela			✓				
3	Manzana Verde	✓						
4	Sandalo				✓			
5	Citronela				✓			
6	Pino				✓			
7	Tutifruti						✓	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	✓					Desconfianza
Satisfacción	✓					Insatisfacción
Tranquilidad	✓					Presión
Alegría	✓					Melancolía
Seguridad	✓					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden ✓ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente ✓
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco ✓ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre ✓ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad ✓ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				✓	-	<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	✓					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	✓					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	✓					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	✓					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	✓					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	✓					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	✓					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	✓					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	✓					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	✓					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ____ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ____ 4. Encantador ☒
5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio			<input checked="" type="checkbox"/>		
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ☒ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
6. Limpieza ☒ 7. Orden ____ 8. Confianza ____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo			X				
5	Citronela					X		
6	Pino				X			
7	Tutifruti			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario X 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
 4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
 6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ____ 2. Redelicioso ____ 3. Especial X 4. Encantador ____
 5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
 10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio			<u>X</u>		
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
 6. Limpieza X 7. Orden ____ 8. Confianza ____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>



AD

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días X
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial X 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente		<u>X</u>			
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela					X		
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo				X			
5	Citronela				X			
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente X
 6. Olor X 7. Color

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
 6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
 5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ____ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ____ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ____ 4. Encantador ____
5. Súper Fuerte X 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión X 5. Cuidado de madre ____
6. Limpieza ____ 7. Orden ____ 8. Confianza ____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo					X		
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza				X		Desconfianza
Satisfacción					X	Insatisfacción
Tranquilidad					X	Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable X

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>			X			<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>				X		<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>					X	<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>				X		<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>			X			<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>				X		<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>			X			<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
 6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
 5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco X

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>NO</u>		<u>X</u>		
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>NO</u>		<u>X</u>		
Calidad del producto		<u>X</u>			
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza X 4. Presión X 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela	X						
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo					X		
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza				X		Desconfianza
Satisfacción					X	Insatisfacción
Tranquilidad					X	Presión
Alegría			+			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad X 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable X

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>				X		<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>			X			<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>					X	<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>				X		<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>					X	<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>					X	<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>					X	<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>			X			<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso ☒ 3. Especial ☒ 4. Encantador _____
5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
6. Limpieza ☒ 7. Orden _____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela				X			
3	Manzana Verde				X			
4	Sandalo	X						
5	Citronela						X	
6	Pino		X					
7	Tutifruti			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio ~~X~~ 5. Ambiente ~~X~~
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo ~~X~~

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad ~~X~~ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
 6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
 5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio			<input checked="" type="checkbox"/>		
Limpieza		<input checked="" type="checkbox"/>			
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla			X				
2	Canela	X						
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo						X	
5	Citronela					X		
6	Pino		X					
7	Tutifruti							

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio X 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla X
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana X 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden		<u>X</u>			
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela	X						
3	Manzana Verde				X			
4	Sandalo	X						
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
 4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
 6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador ☒
 5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
 10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda			<input checked="" type="checkbox"/>		

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre ☒
 6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	✓						
2	Canela							✓
3	Manzana Verde		✓					
4	Sandalo			✓				
5	Citronela				✓			
6	Pino					✓		
7	Tutifruti						✓	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	✓					Desconfianza
Satisfacción	✓					Insatisfacción
Tranquilidad	✓					Presión
Alegría	✓					Melancolía
Seguridad	✓					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente ✓
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo ✓

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia ✓ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>		✓				<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	✓					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	✓					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	✓					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		✓				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	✓					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	✓					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		✓				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	✓					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	✓					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	✓					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte X 6. Molesto X 7. Horroroso X 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco X

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor			<u>X</u>		
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio			<u>X</u>		
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda					<u>X</u>

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror X 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X	X					
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo					X		
5	Citronela			X				
6	Pino				X			
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden X 3. Iluminación X 4. Espacio 5. Ambiente
6. Olor 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad 6. Gente desagradable X

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			X			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador ☒
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza ☒ 7. Orden____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla			X				
2	Canela			X				
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela		X					
6	Pino		X					
7	Tutifruti			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría			0			Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden X 3. Iluminación X 4. Espacio X 5. Ambiente
6. Olor X 7. Color

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>						<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>						<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>						<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
 4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días X
 6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial X 4. Encantador____
 5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
 10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden	<u>X</u>				
Iluminación			<u>X</u>		
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión X 5. Cuidado de madre____
 6. Limpieza X 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo			X				
5	Citronela				X			
6	Pino					X		
7	Tutifruti	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		•	X			Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad			X			Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden X 3. Iluminación X 4. Espacio X 5. Ambiente
6. Olor X 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia X 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				/	X	<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>					X	<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana X
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden X 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla							
2	Canela							
3	Manzana Verde							
4	Sandalo	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>				
5	Citronela							
6	Pino							
7	Tutifruti							

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	<input checked="" type="checkbox"/>					Desconfianza
Satisfacción						Insatisfacción
Tranquilidad	<input checked="" type="checkbox"/>					Presión
Alegría						Melancolía
Seguridad	<input checked="" type="checkbox"/>					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza ☒ 2. Orden ☐ 3. Iluminación ☐ 4. Espacio ☒ 5. Ambiente ☒
6. Olor ☒ 7. Color ☐

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti ☐ 2. Talco ☐ 3. Citronela ☐ 4. Canela ☐ 5. Vainilla ☐
6. Sandalo ☒

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre ☐ 2. Familia ☒ 3. Enfermedad ☐ 4. Accidente ☐
5. Amistad ☐ 6. Gente desagradable ☐

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>						<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>						<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	✓					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>						<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>						<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		✓				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	✓					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>						<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>						<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>						<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>						<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto X 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco X

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden	<u>X</u>				
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto		<u>X</u>			
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X	X				
2	Canela		X					
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo				X			
5	Citronela			X				
6	Pino				X			
7	Tutifrutí			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			X			Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad			X			Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor X 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad X 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>				X		<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			X			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>			X			<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>			X			<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana **X** 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte **X** 6. Molesto **X** 7. Horroroso **X** 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	X				
Olor	X				
Orden	X				
Iluminación	X				
Espacio	X				
Limpieza	X				
Calidad del producto	X				
Precio	X				
Lo que vende la tienda	X				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror **X** 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X				X	
2	Canela		X					
3	Manzana Verde				X			
4	Sandalo					X		
5	Citronela			X				
6	Pino	X						
7	Tutifruti		X					

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza					X	Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad			X			Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable X

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>			X			<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			X			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>			X			<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
 6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
 5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco ☒

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente		<input checked="" type="checkbox"/>			
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión ☒ 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza ☒ 7. Orden ☒ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla			X				
2	Canela					X		
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo					X		
5	Citronela			X				
6	Pino	X						
7	Tutifruti		X					

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente
6. Olor 7. Color

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti X 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla X
6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia X 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>					X	<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>					X	<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>					X	<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
 6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
 5. Súper Fuerte X 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco X

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza		<u>X</u>			
Calidad del producto		<u>X</u>			
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda					

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror + 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X	X					
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo							X
5	Citronela			X				
6	Pino				X			
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			X			Desconfianza
Satisfacción					X	Insatisfacción
Tranquilidad			X			Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden X 3. Iluminación X 4. Espacio 5. Ambiente
6. Olor 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad X 4. Accidente
5. Amistad 6. Gente desagradable X

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>						<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>						<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	✓					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>						<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>						<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>						<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	✓					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>						<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>						<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>						<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	✓					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
6. Limpieza ☒ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela							X
3	Manzana Verde			X				
4	Sandalo		X					
5	Citronela				X			
6	Pino					X		
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	/					Desconfianza
Satisfacción	/					Insatisfacción
Tranquilidad	/					Presión
Alegría	/					Melancolía
Seguridad	/					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente /
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo /

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad / 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>		/				<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		/				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	/	/				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	/					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		/				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	/					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	/					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	/					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	/					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	/					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	/					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana X 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial X 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	✓						
2	Canela			✓				
3	Manzana Verde		✓					
4	Sandalo				✓			
5	Citronela				✓			
6	Pino							
7	Tutifruti						✓	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	✓					Desconfianza
Satisfacción	✓					Insatisfacción
Tranquilidad	✓					Presión
Alegría	✓					Melancolía
Seguridad			✓			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ ⑤ Ambiente____
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco✓ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo✓

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

9) Buen Ambiente

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			✓			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	✓					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	✓					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	✓					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		✓				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		✓				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	✓					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		✓				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	✓					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	✓					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	✓					<i>Retraído</i>

AD

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

☒ 1. diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
 6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

☒ 1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
 5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente		X			
Olor	X				
Orden	X				
Iluminación		X			
Espacio		X			
Limpieza		X			
Calidad del producto		X			
Precio		X			
Lo que vende la tienda	X				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
☒ 6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela	X						
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo							
5	Citronela				X			
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio X 5. Ambiente___
6. Olor X 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela X 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			✓			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	✓					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		✓				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		✓				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		✓				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	✓					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	✓					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	✓					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	✓					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	✓					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	✓					<i>Retraído</i>

NO



AD

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador ☒
5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza		<input checked="" type="checkbox"/>			
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
6. Limpieza ☒ 7. Orden _____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde				X			
4	Sandalo	X						
5	Citronela						X	
6	Pino				X			
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco X 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia X 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				-	X	<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario _____ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
 6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
 5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo				X			
5	Citronela							X
6	Pino				X			
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden X 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente
 6. Olor X 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
 6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
 5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>				X		<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ____ 4. Encantador ____
5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
6. Limpieza ☒ 7. Orden ____ 8. Confianza ____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor X 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>					X	<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
 4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días ☒
 6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
 5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
 10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
 6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla				X			
2	Canela	X		X				
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela				X			
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden X 3. Iluminación X 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco X 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia X 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>					X	<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>			X			<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	X				
Olor		X			
Orden		X			
Iluminación		X			
Espacio		X			
Limpieza	X				
Calidad del producto	X				
Precio		X			
Lo que vende la tienda		X			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela	X						
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo		X					
5	Citronela				X			
6	Pino		X					
7	Tutifruti			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	●					Desconfianza
Satisfacción		●				Insatisfacción
Tranquilidad		●				Presión
Alegría	●					Melancolía
Seguridad		●				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			•			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	•					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	••	•				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		•				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			•			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		•				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	•					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			•			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		•				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			•			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	•					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador ☒
5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente		<input checked="" type="checkbox"/>			
Olor			<input checked="" type="checkbox"/>		
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto		<input checked="" type="checkbox"/>			
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla				X			
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela				X			
6	Pino							
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad		✓				Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio X 5. Ambiente___
6. Olor___ 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela X 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana___ 3. Tres veces por semana___
4. Cuatro veces por semana___ 5. Una vez cada 15 días___
6. Una vez al mes___

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico___ 2. Redelicioso___ 3. Especial___ 4. Encantador___
5. Súper Fuerte___ 6. Molesto___ 7. Horroroso___ 8. Fastidioso___ 9. Odio___
10. Maluco___

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación					
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto		<input checked="" type="checkbox"/>			
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror___ 2. Miedo___ 3. Desconfianza___ 4. Presión___ 5. Cuidado de madre___
6. Limpieza___ 7. Orden___ 8. Confianza___

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde			X				
4	Sandalo							X
5	Citronela					X		
6	Pino		X					
7	Tutifruti	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría						Melancolía
Seguridad						Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden X 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>						<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>						<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>						<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>						<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>						<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>						<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>						<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana X
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden		<u>X</u>			
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde				X			
4	Sandalo							X
5	Citronela					X		
6	Pino				X			
7	Tutifruti			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción						Insatisfacción
Tranquilidad						Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente
6. Olor 7. Color

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela X 5. Vainilla
6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia X 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>						<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>						<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>						<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>						<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>						<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario X 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
 6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
 5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	X				
Olor	X				
Orden	X				
Iluminación	X				
Espacio		X			
Limpieza		X			
Calidad del producto	X				
Precio		X			
Lo que vende la tienda	X				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla					X		
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo							X
5	Citronela					X		
6	Pino			X				
7	Tutifrutí			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción						Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría						Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden X 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>						<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>						<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>						<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>						<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>						<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>						<i>Retraído</i>

SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
 4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
 6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ____ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ☒ 4. Encantador ____
 5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
 10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente		<input checked="" type="checkbox"/>			
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
Precio					
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
 6. Limpieza ____ 7. Orden ____ 8. Confianza ☒

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela				X			
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo							X
5	Citronela					X		
6	Pino				X			
7	Tutifruti	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza						Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad						Presión
Alegría						Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente
6. Olor 7. Color

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco X 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia X 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>						<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>						<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>						<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>						<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>						<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>						<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>						<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación			<u>X</u>		
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla					X		
2	Canela		X					
3	Manzana Verde			X				
4	Sandalo			X				
5	Citronela			X				
6	Pino	X						
7	Tutifruti	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza						Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad						Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad						Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden X 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>						<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>						<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>						<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>						<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>						<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>						<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>						<i>Retraído</i>

SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
 4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días X
 6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
 5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
 10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre X
 6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla					X		
2	Canela			X				
3	Manzana Verde	X						
4	Sandalo		X					X
5	Citronela							X
6	Pino	X						
7	Tutifruti			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción						Insatisfacción
Tranquilidad						Presión
Alegría						Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente
6. Olor 7. Color

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente X
5. Amistad 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>						<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>						<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>						<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>						<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>						<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>						<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>						<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana___ 3. Tres veces por semana___
4. Cuatro veces por semana___ 5. Una vez cada 15 días___
6. Una vez al mes___

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico___ 2. Redelicioso___ 3. Especial___ 4. Encantador___
5. Súper Fuerte___ 6. Molesto___ 7. Horroroso___ 8. Fastidioso___ 9. Odio___
10. Maluco___

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio			<input checked="" type="checkbox"/>		
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror___ 2. Miedo___ 3. Desconfianza___ 4. Presión___ 5. Cuidado de madre___
6. Limpieza___ 7. Orden___ 8. Confianza___

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela	X						
3	Manzana Verde			X				
4	Sandalo		X					
5	Citronela		X					
6	Pino					X		
7	Tutifruti				X			

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción						Insatisfacción
Tranquilidad						Presión
Alegría						Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente
6. Olor 7. Color

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>						<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>						<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>						<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>						<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>						<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>						<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>						<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana X 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla			X				
2	Canela		X					
3	Manzana Verde	X						
4	Sandalo				X			
5	Citronela							X
6	Pino				X			
7	Tutifruti			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza						Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad						Presión
Alegría						Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente___
6. Olor___ 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela X 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad X 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>						<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>						<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>						<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>						<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>						<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>						<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>						<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla					X		
2	Canela	X						
3	Manzana Verde			X				
4	Sandalo							
5	Citronela							X
6	Pino				X			
7	Tutifruti	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción						Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría						Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza ☒ 2. Orden ____ 3. Iluminación ____ 4. Espacio ____ 5. Ambiente ____
6. Olor ____ 7. Color ____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti ____ 2. Talco ____ 3. Citronela ____ 4. Canela ____ 5. Vainilla ____
6. Sandalo ____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre ____ 2. Familia ____ 3. Enfermedad ____ 4. Accidente ____
5. Amistad ____ 6. Gente desagradable ____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>						<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>						<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>						<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>						<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>						<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>						<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>						<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario X 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
 6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
 5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>		<u>X</u>		
Iluminación			<u>X</u>		
Espacio					
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela			X				
3	Manzana Verde	X						
4	Sandalo							
5	Citronela							
6	Pino							
7	Tutifruti							

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza						Desconfianza
Satisfacción						Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría						Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente
6. Olor 7. Color

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>						<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>						<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>						<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>						<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>						<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>						<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>						<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden	<u>X</u>				
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo				X			
5	Citronela				X			
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente X
6. Olor 7. Color f

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco X 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario X 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
 4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
 6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ____ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ____ 4. Encantador ____
 5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
 10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
 6. Limpieza ____ 7. Orden ____ 8. Confianza ____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela					X		
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo							
5	Citronela							
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			X			Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad			X			Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación f 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor___ 7. Color f

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X		X	<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>			X			<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>

SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
 4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
 6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
 5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
 10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente		<input checked="" type="checkbox"/>			
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza		<input checked="" type="checkbox"/>			
Calidad del producto		<input checked="" type="checkbox"/>			
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
 6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela					X		
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo							
5	Citronela							
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			X			Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				<input checked="" type="checkbox"/>		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	<input checked="" type="checkbox"/>					<i>Retraído</i>

SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
 4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
 6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
 5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
 10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
 6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor___ 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad No 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
 4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
 6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ____ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ____ 4. Encantador ____
 5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
 10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
 6. Limpieza ____ 7. Orden ____ 8. Confianza ____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela	X						
6	Pino		X					
7	Tutifruti	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden X 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>				X		<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

SA

Buena tarde mi nombre es María del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
 4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
 6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ____ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ____ 4. Encantador ____
 5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
 10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
 6. Limpieza ____ 7. Orden ____ 8. Confianza ____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela							X
6	Pino		X					
7	Tutifruti	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X		NO			Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente X
 6. Olor 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
 6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
 5. Amistad 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X	-		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana X 3. Tres veces por semana____
 4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
 6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
 5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
 10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>	X			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
 6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela				X			
6	Pino		X					
7	Tutifruti	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			X			Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden ____ 3. Iluminación ____ 4. Espacio ____ 5. Ambiente X
6. Olor ____ 7. Color ____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti ____ 2. Talco ____ 3. Citronela ____ 4. Canela ____ 5. Vainilla ____
6. Sandalo ____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre ____ 2. Familia ____ 3. Enfermedad ____ 4. Accidente ____
5. Amistad ____ 6. Gente desagradable ____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>		X				<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>				X		<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>

SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
 6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
 5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo		X					
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad			X			Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente
 6. Olor 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
 6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
 5. Amistad 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>		X				<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario X 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
 4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
 6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso ____ 3. Especial ____ 4. Encantador ____
 5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
 10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre X
 6. Limpieza ____ 7. Orden ____ 8. Confianza ____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla			X				
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela				X			
6	Pino				X			
7	Tutifruti	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación X 4. Espacio 5. Ambiente X
6. Olor 7. Color

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla X
6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre X 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>		X				<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>				X		<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>

SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario X 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
 6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
 5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	X				
Olor	X				
Orden	X				
Iluminación	X				
Espacio	X				
Limpieza	X				
Calidad del producto	X				
Precio	X				
Lo que vende la tienda		X			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela		X					
3	Manzana Verde	X						
4	Sandalo				X			
5	Citronela				X			
6	Pino				X			
7	Tutifruti			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			X			Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad		X	NO			Presión
Alegría	NO		X			Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden X 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>		X				<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
 4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
 6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
 5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
 10. Maluco X

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza		<u>X</u>			
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
 6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela				X			
3	Manzana Verde				X			
4	Sandalo							X
5	Citronela			X				
6	Pino			X				
7	Tutifrutí	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza		<u>X</u>			
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo							X
5	Citronela			X				
6	Pino				X			
7	Tutifrutí			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción						Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría						Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente
 6. Olor 7. Color

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
 6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
 5. Amistad 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ____ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ____ 4. Encantador ____
5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
6. Limpieza ____ 7. Orden ____ 8. Confianza ____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla					X		
2	Canela	X						
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo			X				
5	Citronela			X				
6	Pino				X			
7	Tutifruti	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden X 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			<i>X</i>			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	<i>X</i>					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	<i>X</i>					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	<i>X</i>					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	<i>X</i>					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			<i>X</i>			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		<i>X</i>				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	<i>X</i>					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	<i>X</i>					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		<i>X</i>				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	<i>X</i>					<i>Retraído</i>

SA

Buena tarde mi nombre es María del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana X 3. Tres veces por semana____
 4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
 6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
 5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
 10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden	<u>X</u>				
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
 6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo							X
5	Citronela					X		
6	Pino	X						
7	Tutifruti		X					

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación X 4. Espacio 5. Ambiente
6. Olor 7. Color

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días X
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden		<u>X</u>			
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor___ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X	NO		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>

SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario X 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	X				
Olor		X			
Orden		X			
Iluminación		X			
Espacio		X			
Limpieza	X				
Calidad del producto	X				
Precio	X				
Lo que vende la tienda	X				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla					X		
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela				X			
6	Pino				X			
7	Tutifruti	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente
6. Olor 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>			X			<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			T			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>			F			<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana X
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente		<u>X</u>			
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela	X						
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela							X
6	Pino	X						
7	Tutifruti			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad		+				Presión
Alegría		+				Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente
6. Olor 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es María del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ____ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ____ 4. Encantador ____
5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
6. Limpieza ____ 7. Orden ____ 8. Confianza ____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo							X
5	Citronela				X			
6	Pino	X						
7	Tutifruti	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción	X					Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad						Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden X 3. Iluminación X 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			<i>f</i>			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	<i>X</i>					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	<i>X</i>					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	<i>X</i>					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		<i>f</i>				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		<i>X</i>				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		<i>f</i>				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		<i>f</i>				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	<i>X</i>					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		<i>f</i>				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	<i>X</i>					<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana X 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza		<u>X</u>			
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla			X				
2	Canela	X						
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela							X
6	Pino				X			
7	Tutifruti		X					

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción						Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría						Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza ___ 2. Orden X 3. Iluminación X 4. Espacio ___ 5. Ambiente ___
6. Olor ___ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti ___ 2. Talco ___ 3. Citronela ___ 4. Canela ___ 5. Vainilla ___
6. Sandalo ___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre ___ 2. Familia ___ 3. Enfermedad ___ 4. Accidente ___
5. Amistad ___ 6. Gente desagradable ___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>						<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>						<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>						<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>						<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>						<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>						<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>						<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden		<u>X</u>			
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio			<u>X</u>		
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo	X						
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor___ 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana ☒ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ☒ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor	<input checked="" type="checkbox"/>				
Orden	<input checked="" type="checkbox"/>				
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza		<input checked="" type="checkbox"/>			
Calidad del producto		<input checked="" type="checkbox"/>			
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden ☒ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla			X				
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela							X
6	Pino	X						
7	Tutifruti			X				

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción			T			Insatisfacción
Tranquilidad			T			Presión
Alegría			T			Melancolía
Seguridad			T			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación X 4. Espacio 5. Ambiente X
6. Olor 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela X 5. Vainilla
6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad X 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días X
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>	<u>/</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza X

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela			X				
6	Pino	X						
7	Tutifruti		X					

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente___
6. Olor X 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti X 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia X 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>	X					<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es María del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días X
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela	X			X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo							X
5	Citronela							X
6	Pino				X			
7	Tutifruti	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad			X			Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden X 3. Iluminación X 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>				X		<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana X
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	X				
Olor	X				
Orden	X				
Iluminación	X				
Espacio	X				
Limpieza	X				
Calidad del producto	X				
Precio		X			
Lo que vende la tienda		X			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela	X						
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela							X
6	Pino		X					
7	Tutifruti	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden ____ 3. Iluminación ____ 4. Espacio ____ 5. Ambiente X
6. Olor ____ 7. Color ____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti ____ 2. Talco ____ 3. Citronela ____ 4. Canela ____ 5. Vainilla ____
6. Sandalo ____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre ____ 2. Familia ____ 3. Enfermedad ____ 4. Accidente ____
5. Amistad ____ 6. Gente desagradable ____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				✓		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		✓				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	✓					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	✓					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	✓					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	✓					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		✓				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		✓				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		✓				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	✓					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	✓					<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es María del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana X 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela							X
6	Pino							
7	Tutifruti	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden ____ 3. Iluminación ____ 4. Espacio ____ 5. Ambiente X
6. Olor ____ 7. Color ____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti ____ 2. Talco ____ 3. Citronela ____ 4. Canela ____ 5. Vainilla ____
6. Sandalo ____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre ____ 2. Familia ____ 3. Enfermedad ____ 4. Accidente ____
5. Amistad ____ 6. Gente desagradable ____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>		X				<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		P				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario X 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente		X			
Olor		X			
Orden	X				
Iluminación		X			
Espacio	X				
Limpieza	X				
Calidad del producto	X				
Precio	X				
Lo que vende la tienda		X			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifrutí	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X	X				Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente
6. Olor 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>					X	<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>			X			<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>			X			<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es María del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días X
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	X				
Olor	X				
Orden	X				
Iluminación	X				
Espacio	X				
Limpieza	X				
Calidad del producto	X				
Precio		X			
Lo que vende la tienda		X			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla		X					
2	Canela					X		
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo			X				
5	Citronela				X			
6	Pino		X		X			
7	Tutifruti	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza						Desconfianza
Satisfacción						Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden ____ 3. Iluminación ____ 4. Espacio ____ 5. Ambiente ____
6. Olor ____ 7. Color ____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti ____ 2. Talco ____ 3. Citronela ____ 4. Canela ____ 5. Vainilla ____
6. Sandalo ____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre ____ 2. Familia ____ 3. Enfermedad ____ 4. Accidente ____
5. Amistad ____ 6. Gente desagradable ____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>					X	<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario X 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción						Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría						Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden ____ 3. Iluminación ____ 4. Espacio ____ 5. Ambiente X
6. Olor ____ 7. Color ____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti ____ 2. Talco ____ 3. Citronela ____ 4. Canela ____ 5. Vainilla ____
6. Sandalo ____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre ____ 2. Familia ____ 3. Enfermedad ____ 4. Accidente ____
5. Amistad ____ 6. Gente desagradable ____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>						<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>						<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>						<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>						<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>						<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes **X**

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	/	X			
Olor	X				
Orden	X				
Iluminación	X				
Espacio	X				
Limpieza	X				
Calidad del producto	X				
Precio	X				
Lo que vende la tienda		X			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela							X
6	Pino				X			
7	Tutifruti	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción			✓			Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría			✓			Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden X 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>					X	<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		-	X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	+					<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes ☒

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación	<input checked="" type="checkbox"/>				
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>				
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Lo que vende la tienda	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla						X	
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente___
6. Olor___ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario X 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
 6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
 5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden	<u>X</u>				
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda	<u>X</u>				

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela					X		
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			X			Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegria			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor___ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	NO	X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X	NO				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario ☒ 2. Dos veces por semana ____ 3. Tres veces por semana ____
4. Cuatro veces por semana ____ 5. Una vez cada 15 días ____
6. Una vez al mes ____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico ____ 2. Redelicioso ____ 3. Especial ____ 4. Encantador ____
5. Súper Fuerte ____ 6. Molesto ____ 7. Horroroso ____ 8. Fastidioso ____ 9. Odio ____
10. Maluco ____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Olor		<input checked="" type="checkbox"/>			
Orden		<input checked="" type="checkbox"/>			
Iluminación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Espacio		<input checked="" type="checkbox"/>			
Limpieza		<input checked="" type="checkbox"/>			
Calidad del producto	<input checked="" type="checkbox"/>				
Precio	<input checked="" type="checkbox"/>				
Lo que vende la tienda		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror ____ 2. Miedo ____ 3. Desconfianza ____ 4. Presión ____ 5. Cuidado de madre ____
6. Limpieza ____ 7. Orden ____ 8. Confianza ____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente X
6. Olor___ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>				X		<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana X 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden			<u>X</u>		
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio			<u>X</u>		
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio				<u>X</u>	
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela					X		
6	Pino	X						
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			X			Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente___
6. Olor___ 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días X
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio			<u>X</u>		
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza X 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla						X	
2	Canela				X			
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo	X						
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad			X			Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación X 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco X 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>	X					<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>	X					<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>	X					<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario X 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente		<u>X</u>			
Olor		<u>X</u>			
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio			<u>X</u>		
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela					X		
3	Manzana Verde					X		
4	Sandalo							X
5	Citronela					X		
6	Pino		X					
7	Tutifrutí						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza			X			Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad			X			Presión
Alegría			X			Melancolía
Seguridad			X			Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación____ 4. Espacio____ 5. Ambiente____
6. Olor____ 7. Color X____

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifrutí____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo____

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad____ 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>		X				<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>				X		<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>			X			<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>			X			<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días X
6. Una vez al mes____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico X 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor	<u>X</u>				
Orden		<u>X</u>			
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio		<u>X</u>			
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden X 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla				X		X	
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo	X						
5	Citronela			X				
6	Pino	X						
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza____ 2. Orden____ 3. Iluminación X 4. Espacio____ 5. Ambiente X
6. Olor____ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti____ 2. Talco____ 3. Citronela____ 4. Canela____ 5. Vainilla____
6. Sandalo X

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre____ 2. Familia____ 3. Enfermedad____ 4. Accidente____
5. Amistad X 6. Gente desagradable____

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>	X					<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>		X				<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario X 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
 4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
 6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
 5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
 10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>X</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza		<u>X</u>			
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio			<u>X</u>		
Lo que vende la tienda			<u>X</u>		

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
 6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela			X				
6	Pino		X					
7	Tutifruti					X		

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación X 4. Espacio___ 5. Ambiente___
6. Olor___ 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X				<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>		X				<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Atención al Cliente		<u>X</u>			
Olor		<u>X</u>			
Orden		<u>X</u>			
Iluminación		<u>C</u>			
Espacio		<u>X</u>			
Limpieza	<u>P</u>				
Calidad del producto		<u>X</u>			
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda		<u>P</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela				X			
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela				X			
6	Pino		X					
7	Tutifruti						X	

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza		X				Desconfianza
Satisfacción		X				Insatisfacción
Tranquilidad		X				Presión
Alegría		X				Melancolía
Seguridad		X				Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden___ 3. Iluminación___ 4. Espacio___ 5. Ambiente ~~X~~
6. Olor___ 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>				X		<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>		X				<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>		X				<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>		X	-			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>		X				<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>		X				<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>		X				<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario____ 2. Dos veces por semana____ 3. Tres veces por semana____
4. Cuatro veces por semana____ 5. Una vez cada 15 días____
6. Una vez al mes X

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico____ 2. Redelicioso____ 3. Especial____ 4. Encantador____
5. Súper Fuerte____ 6. Molesto____ 7. Horroroso____ 8. Fastidioso____ 9. Odio____
10. Maluco____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	<u>X</u>				
Olor		<u>X</u>			
Orden		<u>X</u>			
Iluminación	<u>X</u>				
Espacio	<u>X</u>				
Limpieza	<u>X</u>				
Calidad del producto	<u>X</u>				
Precio	<u>X</u>				
Lo que vende la tienda		<u>X</u>			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror____ 2. Miedo____ 3. Desconfianza____ 4. Presión____ 5. Cuidado de madre____
6. Limpieza____ 7. Orden____ 8. Confianza____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					NO
4	Sandalo							X
5	Citronela				X			
6	Pino		X					
7	Tutifruti	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X		NO			Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad	X					Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza___ 2. Orden ~~X~~ 3. Iluminación ~~X~~ 4. Espacio___ 5. Ambiente___
6. Olor___ 7. Color___

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti___ 2. Talco___ 3. Citronela___ 4. Canela___ 5. Vainilla___
6. Sandalo___

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre___ 2. Familia___ 3. Enfermedad___ 4. Accidente___
5. Amistad___ 6. Gente desagradable___

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>					X	<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>		X				<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>		X				<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			X			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			X			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			X			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>



SA

Buena tarde mi nombre es Maria del Mar Rubio, estudiante de Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente Cali. A continuación le realizaré una encuesta que hará parte de la investigación Aromas con Sentido. Toda la información recogida será completamente confidencial.

1. ¿Con qué frecuencia usted visita San Antonio? (Marque con una X)

1. A diario X 2. Dos veces por semana _____ 3. Tres veces por semana _____
4. Cuatro veces por semana _____ 5. Una vez cada 15 días _____
6. Una vez al mes _____

2. ¿Cuál de las siguientes frases usted utilizaría para describir el olor percibido en la tienda? (Marque con una X)

1. Rico _____ 2. Redelicioso _____ 3. Especial _____ 4. Encantador _____
5. Súper Fuerte _____ 6. Molesto _____ 7. Horroroso _____ 8. Fastidioso _____ 9. Odio _____
10. Maluco _____

3. Señale según el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos en el momento de ingresar a una tienda. (Marque con una X)

	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Atención al Cliente	X				
Olor	X				
Orden	X				
Iluminación	X				
Espacio		X			
Limpieza		X			
Calidad del producto		X			
Precio		X			
Lo que vende la tienda		X			

4. ¿Con cuál de las siguientes sensaciones usted asemeja el aroma percibido en la tienda? (Marque todas las que considere necesarias)

1. Horror _____ 2. Miedo _____ 3. Desconfianza _____ 4. Presión _____ 5. Cuidado de madre _____
6. Limpieza _____ 7. Orden _____ 8. Confianza _____

5. Relacione cada aroma con una atmosfera. (Marque con una X)

	Atmosfera / Aroma	Tranquilidad	Frescura	Floral	Limpieza	Acidez	Playa	Enfermedad
1	Vainilla	X						
2	Canela		X					
3	Manzana Verde		X					
4	Sandalo				X			
5	Citronela				X			
6	Pino		X					
7	Tutifruti	X						

6. A continuación se presentan una serie de sentimientos, califique cuáles usted experimentó cuando entró en la tienda, siendo 2 total asociación positiva y -2 total asociación negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
Confianza	X					Desconfianza
Satisfacción			X			Insatisfacción
Tranquilidad			X			Presión
Alegría	X					Melancolía
Seguridad	X					Miedo

7. De los siguientes factores ¿Cuál la/lo motivo a entrar en la tienda?

1. Limpieza X 2. Orden 3. Iluminación 4. Espacio 5. Ambiente
6. Olor 7. Color X

8. Señale a continuación con una X qué aroma percibió en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Tutifruti 2. Talco 3. Citronela 4. Canela 5. Vainilla
6. Sandalo

9. Indique cuál de los siguientes recuerdos se le viene a la mente al percibir el aroma señalado anteriormente, percibido en la tienda. (Marque todas las que considere necesarias)

1. Cuidado de madre 2. Familia 3. Enfermedad 4. Accidente
5. Amistad 6. Gente desagradable

10. A continuación se presentan una serie de características que pueden describir los productos que ofrece la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicha característica describe mejor la característica del producto, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	-1	-2	
<i>Caro</i>			X			<i>Barato</i>
<i>Buena Calidad</i>	X					<i>Mala Calidad</i>
<i>Innovadores</i>	X					<i>Comunes</i>
<i>Bonitos</i>	X					<i>Feos</i>
<i>Suaves</i>				✓		<i>Bruscos</i>

11. A continuación se presentan una serie de elementos que pueden describir la atención al cliente en la tienda. Elija cuáles son según su percepción. Cuanto más considere que dicho elemento describe mejor la atención, mayor puntuación positiva o negativa le debe dar. La valoración que usted dará a cada elemento puede ir de +2, si considera una asociación netamente positiva, hasta -2, si considera una asociación netamente negativa.

	+2	+1	0	1	2	
<i>Interesante</i>			✓			<i>Aburrido</i>
<i>Agradable</i>	X					<i>Desagradable</i>
<i>Audaz</i>			✓			<i>Tímido</i>
<i>Atento</i>	X					<i>Desatento</i>
<i>Hábil</i>			✓			<i>Torpe</i>
<i>Sociable</i>	X					<i>Retraído</i>